

UNIVERZITA KARLOVA

FAKULTA SOCIÁLNÍCH VĚD

Institut sociologických studií

Katedra sociologie

Seznamování mladých lidí pomocí sociálních sítí

Diplomová práce

Autor práce: Ondřej Lučan

Studijní program: Sociologie

Vedoucí práce: PhDr. Marie Pospíšilová, Ph.D.

Rok obhajoby: 2019

Prohlášení

1. Prohlašuji, že jsem předkládanou práci zpracoval samostatně a použil jen uvedené prameny a literaturu.
2. Prohlašuji, že práce nebyla využita k získání jiného titulu.
3. Souhlasím s tím, aby práce byla zpřístupněna pro studijní a výzkumné účely.

V Praze dne 8. 5. 2019

Ondřej Lučan

Bibliografický záznam

LUČAN, Ondřej. *Seznamování mladých lidí pomocí sociálních sítí*. Praha, 2019. 89 s. Diplomová práce (Mgr.). Univerzita Karlova, Fakulta sociálních věd, Institut sociologických studií. Katedra sociologie. Vedoucí diplomové práce PhDr. Marie Pospíšilová, Ph.D.

Rozsah práce: 184 398 znaků (včetně mezer)

Abstrakt

V závislosti na technologickém vývoji a charakteru doby, vyznačujícím se rychlostí, individualismem a křehkostí vazeb, došlo zejména mezi mladými lidmi k rozvoji navazování vztahů pomocí internetových sociálních sítí. Seznamování se již nekoncentruje pouze na specializované servery (Tinder, Badoo), ale vzhledem k rozmanitosti funkcí a množství uživatelů dochází k propojování i na běžných sítích typu Facebook nebo Instagram. Ve virtuálním prostoru však existuje riziko v odlišnostech online a offline sebe prezentace. Jedinci zde mají tendenci zvýrazňovat silné stránky, a naopak skrývat své slabiny. Vzhledem k heterogenitě společnosti navíc do prostředí vstupují lidé s odlišnými očekávanými benefity, které se odráží ve způsobu komunikace. Výzkum dané problematiky je prováděn pomocí polostrukturovaných rozhovorů s uživateli sociálních sítí ve věku mezi 20 a 30 lety. Tito lidé těží zejména z možnosti snadného výběru partnera v širokém spektru odlišných profilů bez podmínky geografické blízkosti. Za největší slabinu online seznamování považují výskyt jedinců s neodpovídající virtuální prezentací své identity. Nabytí mylného dojmu a následné odhalení fyzických i morálních odlišností může způsobit nejen zklamání, ale i nepříjemné zážitky při offline interakci. Pro předejití těmto situacím uživatelé přistupují k ověřování profilů prováděným zejména skrz internetové vyhledávače, popřípadě i databáze v zaměstnání. Z rozhovorů vyplývá, že informanti rovněž přikládají velkou váhu managementu vlastní prezentované identity. Zejména v prostředích, kde se mísí publika z různých oblastí offline života, pracují s nástroji pro ochranu soukromí.

Abstract

Depending on technological progress and the nature of the actual period characterised by speed, individualism and the fragility of connections, there is an expansion of establishing relations by means of Internet social sites, especially among young people. Meeting people is not concentrated on specialized serves (Tinder, Badoo) but considering the diversity of functions and the amount of users, some people contact others using common websites like Facebook or Instagram. In virtual space, there is a risk of differences between online and offline self-presentation. Individuals tend to accentuate their strong points, and hide their

weak points. Regarding the heterogeneity of society, the space is occupied by people who expect diverse gratifications, which are reflected in their way of communication. The research is conducted by virtue of half structured interviews with the users of social websites between 20 and 30 years old. Those people profit from the opportunity of easy selection of a partner in a wide spectrum of various profiles without the condition of geographical proximity. As the weakest point of online dating they consider the occurrence of individuals with a deceptive virtual presentation of their identity. The illusion and subsequent disclosure of physical and moral differences can cause not only disappointment but also unpleasant experiences during offline interaction. In order to prevent such situations, the users tend to verify profiles via Internet browsers, eventually occupation databases. The interviews show that informants also attach great importance to managing their own identity presentation. They work with privacy settings, especially in the areas where people from various spheres of offline life mingle.

Klíčová slova

Generace Y, identita, individualizovaná společnost, seznamovací aplikace, sociální sítě, Tinder, vztahy

Keywords

Dating applications, Generation Y, Identity, Individualized society, Relationships, Social networks, Tinder

Title

Social Networks and Relationships of Young People

Poděkování

Na tomto místě bych rád poděkoval vedoucí práce PhDr. Marii Pospíšilové, Ph.D. za její čas, konstruktivní kritiku a cenné rady.

Obsah

ÚVOD	3
1 HISTORIE ONLINE SEZNAMOVÁNÍ.....	5
2 SOCIÁLNÍ SÍTĚ.....	6
2.1 TINDER.....	7
2.2 Badoo	8
2.3 FACEBOOK & INSTAGRAM	9
3 DOSAVADNÍ VÝZKUM	11
4 ZKOUMANÁ GENERACE	14
4.1 GENERACE Y	16
5 PROMĚNA VZTAHŮ	18
6 IDENTITA.....	22
6.1 ERVING GOFFMAN.....	22
6.2 TECHNOLOGICKÉ OBDOBÍ	25
6.3 SPOJITOST SE SYMBOLICKÝM INTERAKCIONISMEM	28
6.4 PUBLIKUM.....	31
6.4.1 <i>Aktivní & interaktivní publikum</i>	<i>31</i>
6.4.2 <i>Teorie užití a uspokojení</i>	<i>32</i>
7 VZTAH ONLINE A OFFLINE PROSTŘEDÍ.....	34
8 VÝZKUMNÁ ČÁST	38
8.1 VÝZKUMNÉ TÉMA	38
8.2 METODOLOGIE	39
8.2.1 <i>Výzkumná technika</i>	<i>39</i>
8.2.2 <i>Výzkumný vzorek.....</i>	<i>39</i>

8.2.3	<i>Sběr dat</i>	41
8.2.4	<i>Analytický postup</i>	41
8.3	ANALÝZA	43
8.3.1	<i>Internet a společnost</i>	43
8.3.2	<i>Identita uživatelů</i>	49
8.3.3	<i>Komunikační partner jako uživatel sociálních sítí</i>	59
8.4	INTERPRETACE DAT.....	71
8.5	LIMITY VÝZKUMU	75
	ZÁVĚR	77
	SUMMARY	79
	POUŽITÁ LITERATURA	81
	TEZE DIPLOMOVÉ PRÁCE	87

Úvod

Pět minut. Přibližně takovou dobu může trvat proces od zapnutí telefonu k prvnímu seznámení. Ke stažení aplikace a vytvoření profilu na seznamovací sociální síti stačí několik kliknutí. Tyto kroky navíc mohou probíhat v kteroukoliv denní dobu a na jakémkoliv místě s připojením k internetu. V první řadě si zvolíme ideální věk protějšku, dále vzdálenost, ve které by se měl maximálně pohybovat. V tuto chvíli nic nebrání tomu, abychom se ponořili do virtuálního moře nekonečného množství profilů, rozdávali křížky nebo srdce a čekali na shodu. To vše bez nutnosti překročení prahu svého bytu.

Důvodem volby tématu seznamování se na sociálních sítích je skutečnost, že se výše zmíněný postup v současné době, zejména mezi mladými lidmi, stal rozšířeným trendem. Vzhledem k rychlosti doby a technologickým možnostem se tento styl navazování kontaktů postupně zařadil mezi běžné a oblíbené varianty. Rozvoj lze demonstrovat na příkladu jedné z nejpobulárnějších seznamovacích aplikací současnosti s názvem Badoo. Počet jejích uživatelů během posledních pěti let vzrostl o více než 200 milionů [Badoo 2019]. Internet tedy dnes neslouží pouze ke zjišťování informací. Jsme díky němu schopni například vydělávat peníze, objednat nákup, ale i najít životního partnera. Dochází ke změnám způsobů interakcí, s čímž souvisí i nové podoby seznamování. Přístup k technologiím se zkrátka vyvíjí, nalézáme nové formy užitku a čerpáme z velkého množství možností dnešní doby. Právě díky této skutečnosti je důležité zaměřit se na způsob, jakým mladí lidé hledají vztahy na sociálních sítích.

V první části diplomové práce představím vývoj cíleného seznamování společně se současně nejpobulárnějšími sociálními sítěmi. Následně se zaměřím na dosavadní výzkumy věnující se danému tématu. V dalším oddílu rozebírám charakteristiku zkoumané populace a její přístup k oblasti vztahů. V teoretické části textu kladu rovněž důraz na samotného uživatele sociálních sítí, virtuální prezentaci jeho identity, způsob chování v internetovém prostředí a kontrast této sebe prezentace s vystupováním v offline prostoru. V souvislosti s identitou uživatelů se opírám zejména o koncepce autorů radících se k symbolickému interakcionismu.

První blok praktické části se týká metodologických aspektů zkoumání. Samotný výzkum je prováděn kvalitativní metodou, data získávám pomocí rozhovorů s uživateli seznamovacích sociálních sítí. Analyzuji témata vycházející z teoretických konceptů

rozebíraných v předchozích kapitolách. Zaměřuji se mimo jiné na jednání v určitých interakčních regionech, management identity na sociálních sítích, pozici virtuálních sítí ve společnosti či vztah online a offline prostředí. Výsledná zjištění jsou členěna do jednotlivých kapitol, z nichž první se věnuje převážně současné společnosti, následující shrnuje informace o identitě uživatelů a poslední mapuje aktivitu informantů na konkrétních sítích.

Mým cílem je v první řadě přiblížit čtenáři způsob, jakým mladí lidé přistupují k seznamování na sociálních sítích. Od toho se odvíjí má analýza postojů společnosti k této formě navazování kontaktů, vlivu internetu na vztahy i celkový život jedinců a sebe prezentace uživatelů na sociálních sítích. Dále se snažím popsat techniky udržování soukromí a přístup ke sdílení obsahu. Dotýkám se i konkrétní aktivity uživatelů seznamovacích sociálních sítí, jejich způsobu výběru protějšků, komunikace a vystupování. Od seznamování ve virtuálním prostoru se často odvíjí i následné offline schůzky, jejichž význam, podobu a dopad rovněž zjišťuji.

1 Historie online seznamování

První formy cíleného seznamování se od dnešní podoby velmi lišily. Přesto v jednotlivých stádiích vývoje můžeme navzdory nižší technologické úrovni pozorovat jisté souvislosti s dnešním fungováním virtuálních seznamovacích sítí. Počátek nalzáme v 17. století, kdy byl otištěn první inzerát. Postupem času přestával být tento způsob seznamování spojován s okrajovou populací, která by se nacházela spíše v neobvyklé či tíživé situaci [Finkel a kol. 2012: 9]. V 70. letech 20. století začínáme spatřovat boom inzerátů, které se nacházely v novinách, časopisech a později i na počítačích. S příchodem informačních technologií nalzáme prvky přeživší až do dnešní podoby sítí. Jedná se například o vytváření osobních profilů, které obsahovaly fotografie a údaje o uživateli. Na jejich základě bylo již v 80. letech používáno tzv. videoseznamování (video-dating), při kterém si uživatelé vybírali mezi videokazetami s medailonky službou doporučených protějšků. V případě, že obě strany vyjádřily zájem o shledání „tváří v tvář“, došlo k předání kontaktních informací [Finkel a kol. 2012: 10]. Na přelomu tisíciletí vznikají první velké seznamovací servery a spojování jedinců bez předešlých sociálních vazeb začíná být relativně běžné. První generace těchto virtuálních sítí (vznikla v roce 1995) se vyznačovala prostým přidáním svého profilu a prohlížením škály ostatních inzerátů. Pro následné období započaté v roce 2000 bylo typické algoritmické generování nejlepšího partnera na základě vyplněných charakteristik a požadavků. Současná generace sítí (od roku 2008) využívá aplikací v mobilních telefonech, které pracují s geografickou blízkostí ostatních uživatelů [Finkel a kol. 2012: 10 - 12]. Vidíme, že vývoj služeb směřuje zejména k rychlému a snadnému setkání uživatelů. V současném období služby čerpají i z funkcí svých předchůdců. Virtuální seznamovací sítě nalzájí inspiraci v již předešlých možnostech, mezi které patří například volba určitých požadavků na protějšek, možnost přidávání fotografií a videí, procházení velkého množství ostatních inzerátů nebo předání kontaktů po vzájemné shodě. Vývoj spěje k širším možnostem v oblastech anonymity a příležitostí pro hledání odvozených od technologického progresu. Za další z aspektů lze považovat rovněž i lepší geografickou dostupnost. Na rozdíl od dřívějších možností není kontakt tolik zdlouhavý a zejména se již nejedná o společností odsuzovanou formu seznámení. Nevýhodu můžeme nacházet v občasném vylepšování virtuálních prezentací identit uživatelů (oproti offline podobě), které mohou následně při reálném setkání způsobit zklamání a nenaplněná očekávání.

Fakt, že došlo k enormnímu rozvoji online seznamování a rozhodně se dnes nejedná o společenské stigma, shrnuje Bauman [2013]. Potvrzuje, že online seznamování není již chápáno jako poslední možnost, naopak internetové seznamky prožívají zlatá léta. Současná generace je totiž na přítomnost internetu v životě zvyklá a v tomto způsobu seznámení spatřují spíše zábavu a rekreační činnost. Pro seznámení na diskotékách a v barech dle autora mladí lidé nemají dostatek sociálních dovedností, které jsou pro tento způsob vyžadovány. Přes internet je to zkrátka snadnější – není nutné obávat se následků, které by díky špatnému chování přišly při komunikaci „tváří v tvář“. Bauman tím demonstruje charakter individualizované společnosti, v níž se internetový uživatel straní dlouhodobým závazkům a zodpovědnosti. „*Jako by listoval zásilkovým katalogem, který má na titulní straně napsáno „nemusíte nic koupit“ a „nebudete-li spokojeni, můžete zboží vrátit“*“ [Bauman 2013: 71-72].

2 Sociální sítě

Tato práce se zabývá seznamováním mladých lidí na sociálních sítích. Ukazuje se, že navazování vztahů ve virtuálním prostoru má určitá specifika a proto je vhodné ho zkoumat. Zaměřuji se především na způsob prezentace uživatelů, pozici seznamovacích sociálních sítí ve společnosti, přístup ke vztahům generace lidí mezi 20 a 30 lety, popřípadě odlišnosti chování v online a offline prostoru. V následující části si představíme několik sociálních sítí, které jsou v současné době na českém území pro komunikaci a seznamování dle počtu uživatelů a odpovědí svých informátorů nejpopulárnější. Aplikace Tinder a Badoo slouží primárně k nalezení protějšku a jejich uživatelské prostředí je rovněž přímo koncipováno k tomuto účelu. Facebook a Instagram nabízejí komplexnější škálu možného užívání, každopádně je zde navazování nových kontaktů a spojování osob například díky jejich sdíleným zájmům nebo společným přátelům velmi rozšířeno. V textu představím kromě statistických dat zejména technické možnosti sítí. Jedná se o technologický rámec seznamování, který přináší určité příležitosti pro uživatele. Samozřejmě někteří jedinci nevyužívají všechny funkce sítí, nicméně technologie určují prostředí a rámec, ve kterém seznamující jednají.

2.1 Tinder

Mobilní aplikace Tinder vznikla v roce 2012, zpočátku se jednalo o projekt „mobilního dohazování“ dvou studentů Justina Mateena a Seada Rada (částečně jim pravděpodobně při vývoji napomáhal rovněž Jonathan Badeen, Joe Munoz, Alexa Mateen, Dinesh Moorjani a Whitney Wolfe), pilotní verze se však již během prvního týdne rozšířila až mezi tisíc uživatelů [Craw 2014]. V současné době se jedná o jednu z nepopulárnějších seznamovacích aplikací na světě, kterou využívá více než 50 milionů lidí. Denně zde proběhne přibližně 26 milionů propojení ve více než 190 zemích světa a 40 jazycích. Propojení předchází průměrné denní množství celkových „swipes“ (projevení sympatií), kterých je přes dvě miliardy [Tinder 2019]. Podle dat od GlobalWebIndex z roku 2015 Tinder demograficky tvoří 38 % žen a 62 % mužů. Nejvíce osob se zde pohybuje ve věku 25 – 34 let (41 %), následuje kategorie 16 – 24 (39 %), poté 35 – 44 (15 %), lidé mezi 45 a 54 lety (4 %) a procento lidí mezi 55 a 64 lety. Celkově se zde nachází 63 % lidí pod 30 let a 37 % nad touto hranicí [McGrath 2015].

V dnešní době lze aplikaci spustit jak v prohlížeči na PC (od roku 2017), tak především v mobilních telefonech. Pravděpodobně díky této skutečnosti a faktu, že funguje na jednoduchém a přehledném uživatelském rozhraní, se stala relativně rychle velmi oblíbenou. Pro představu skrz aplikaci dojde k dohodnutí milionu schůzek týdně a v dosavadním působení se zde uskutečnilo již více než 30 miliard shod mezi různými dvojicemi [Tinder 2018]. První krok po stažení souvisí s vytvořením uživatelského účtu. Ten lze založit pomocí telefonního čísla nebo přihlášením přes Facebook. Následně uživatel vyplní svůj věk, pohlaví, nahraje fotografie (maximálně devět), zadá věkové rozpětí (18 – 50+) i pohlaví hledaných protějšků a maximální kilometrovou vzdálenost, ve které by se měly pohybovat (2 – 160 km). Uživatelský profil lze volitelně obohatit o osobní popis (maximálně 500 znaků), doplnění informací o zaměstnání nebo škole, či propojení s účty na Instagramu a Spotify, díky kterým jedinec ukáže okolí více svých fotografií nebo oblíbenou hudbu. Dle zvolených kritérií začne systém nabízet profily ostatních uživatelů. V první chvíli vidíme cizí úvodní kartu se jménem, věkem, vzdáleností a fotografiemi, kterými lze listovat. Tuto kartu však lze otevřít a vidět celý profil, kde se může nacházet osobní popis nebo například další fotografie z Instagramu. V případě, že je nám uživatel sympatický a máme zájem o navázání komunikace, na úvodní obrazovce potáhneme kartou vpravo (swipe right), v opačném případě potáhneme vlevo (swipe left). Projevit sympatie lze i takzvaným

Superlikem, což znamená, že se druhé straně zobrazí náš projevený zájem, i když nás sama nehodnotila. Tuto variantu lze uplatnit pouze jednou denně. Omezen je i počet běžných „lajků“, a sice na sto za dvanáct hodin. V případě, že i uživatel, který se nám líbí, projeví stejným způsobem sympatii, zobrazí se nám prohlášení „*Je to shoda!*“ (anglicky „*It's a Match!*“). V tuto chvíli je možné začít komunikovat v chatu [Tinder 2019]. Aplikace Tinder nabízí i rozšířenou verzi se zpoplatněnými službami. Po zakoupení tarifu se v aplikaci nezobrazují reklamy a uživatel dostane přístup ke speciálním funkcím, jako je neomezený počet „lajků“, skrytí svého věku v profilu, časté nabízení profilu protějšků ve své lokalitě nebo možnost nahlédnout do seznamu lidí, kteří nám projeví sympatie ještě před tím, než je sami ohodnotíme. Cena měsíčního tarifu se pohybuje okolo 300 korun. [Tinder 2018].

2.2 Badoo

Sociální síť s názvem Badoo, která se stejně jako Tinder zaměřuje na seznamování svých uživatelů, vznikla v roce 2006. Byla založena Andreyem Andreevem v Londýně a její popularita velmi rychle vzrostla nejen v Evropě, ale například i v Jižní Americe. Počet uživatelů této sítě se v současné době pohybuje okolo 420 milionů. Díky tomuto číslu se v případě aplikace Badoo jedná o největší seznamovací server na světě. Nejvíce zastoupenou věkovou skupinou jsou zde osoby mezi 18 a 29 lety. Funguje ve 190 zemích světa a je přeložena do 47 jazyků. V průměru dojde k 300 tisícům nových registrací za den a odesláni 350 milionů zpráv ve stejném časovém horizontu [Badoo 2019].

Registrace na tuto sociální síť je možná s platnou e-mailovou adresou, pomocí telefonního čísla, či skrz propojení s jinou sociální sítí (např. Facebook). Po registraci je nutné nahrát fotografii nebo video. Dále uživatel dle svých preferencí volí kritéria svého hledání – pohlaví protějšku a věkový rozptyl. Server rovněž vybízí k vyplnění osobních informací, jako je výška, váha, barva vlasů a očí, záliby, bydliště, vzdělání nebo typ postavy. Stejně tak je zde možnost uvést charakteristiku týkající se užívání alkoholu a cigaret nebo i budoucí představy o rodině (zda chce uživatel mít děti). Na základě vyplnění těchto informací systém sám vyprodukuje souvislý text, který je uveden v uživatelské kartě. Tato karta je podobně jako na Tinderu předkládána ostatním uživatelům, kteří dle svých preferencí dávají najevo sympatii – v případě zájmu volí uživatel motiv srdce, v opačné variantě motiv křížku. Při vzájemné sympatii dojde k propojení uživatelů a možnosti následného chatování. Aplikace nabízí také možnost sledovat údaje o návštěvnících našeho

profilu nebo i vysílání uživatelů z celého světa, kteří se natáčejí v reálném čase a komunikují se svými diváky. Badoo lze využívat jak na počítači, tak od roku 2012 i v podobě mobilní aplikace. Kromě základního bezplatného rozhraní lze stejně jako v případě Tinderu využít i zpoplatněnou rozšířenou verzi, kde dojde k navýšení limitu projevení sympatií, ale i například k možnosti anonymního prohlížení cizích profilů, kontaktování uživatelů i bez vzájemného propojení nebo zvýraznění vlastního profilu na síti [Badoo 2019].

2.3 Facebook & Instagram

Facebook je sociální síť, která vznikla v roce 2004. Za jedním z největších virtuálních společenských systémů stojí zakladatel Mark Zuckerberg. V současné době ho používá více než dvě a čtvrt miliardy uživatelů a funguje v 84 jazycích [Boyd 2019].

Přestože byl původně Facebook vynalezen pouze pro účely seznamování studentů prvních ročníků amerických univerzit, díky velké oblíbenosti a svým funkcím se brzy rozrostl do celého světa. Každý uživatel si zde po rychlé registraci může vyplnit profil, uvést svou práci či vzdělání, místa, kde se pohybuje, kontaktní údaje, podrobnosti o rodině a vztazích či životních událostech. Profil lze navíc doplnit o úvodní a profilovou fotografii, či označení určitých umělců, filmů, míst nebo například sportovních týmů jako naše oblíbené. Nezbytným prvkem nastavování nového uživatelského profilu je stanovení míry soukromí profilu – jaké informace budou dostupné pro ostatní uživatele Facebooku. Ihned po založení účtu je možné přidávat si ostatní uživatele mezi své přátele. Je nutné poslat žádost, kterou protistrana dle svého uvážení přijímá nebo odmítá. Až po propojení je možné vidět obsah, který druhý uživatel uveřejňuje – pokud však nemá nastaveno soukromí tak, že jeho příspěvky vidí i lidé, kteří nejsou v jeho seznamu přátel. Rovněž lze s přítelem chatovat, komentovat si své příspěvky, či se například zvat na různé události. Díky svým algoritmům také Facebook sám doporučuje nové přátele. Sociální síť k tomu využívá data o uvedené škole, zaměstnání, lokalizaci (poloze), společných přátelích, lidech, kteří navštěvují náš profil, našich zájmech nebo účasti ve skupinách a na událostech. Rovněž ale dochází i ke kontroverznímu narušení soukromí, kdy v případě, že aplikaci povolíme přístup k naší emailové schránce, získá z ní veškerou korespondenci a porovná ji s emaily jiných uživatelů. Stejně tak když povolíme Facebooku přístup do našeho seznamu kontaktů v mobilním telefonu, získá zde telefonní čísla, která jsou následně porovnána s čísly ostatních uživatelů. Není rovněž výjimkou, že síť rozpozná naši tvář na fotografiích dle dřívějších označení nebo

díky podobnosti s profilovou fotografií a na základě toho nám nabídne k přidání do přátel například osoby, se kterými se na fotografiích nacházíme [Dočekal 2016].

Facebook nabízí širokou paletu funkcí a vyžití. Každý uživatel má na svém profilu takzvanou „zed“ – Timeline. Na této zdi se kromě profilové a úvodní fotografie nachází úvodní informace a seznam přátel. Mimo to zde uživatel může tvořit svůj vlastní obsah, či nechat své přátele, aby mu psali vzkazy (například přání k narozeninám). Vlastník zdi sem přidává jak statusy (text, vyjádření svých myšlenek), tak i multimediální obsah – fotografie a videa. Na všechny tyto příspěvky mohou ostatní (i on sám) reagovat skrz emotikony dle příslušné emoce, která je v nich tímto vyvolána (To se mi líbí – Super – Haha – Paráda – To mě mrzí – To mě štve). Stejně tak je možné příspěvky komentovat textem i jiným multimediálním obsahem. Naše příspěvky a také všech našich přátel se nacházejí na hlavní stránce. Zde jsou rovněž příspěvky ze skupin, které nás zajímají nebo vytvořené události v okolí. Jedná se o pozvánky na určitá setkání, ať už osobního charakteru pouze pro zvané uživatele (oslava narozenin), tak například kulturní či sportovní veřejné akce. Pro udržování kontaktu mezi uživateli existuje speciální chat síť Facebook s názvem Messenger. Zde je možné psát ostatním uživatelům, sdílet s nimi mediální obsah, volat jim, uskutečňovat videohovor, tvořit skupinové konverzace nebo hrát hry. Zajímavou funkcí pro navazování kontaktu, kterou je možné využít jak u přátel, tak u přátel našich přátel, je takzvané „šťouchnutí“. Uskutečněním tohoto kroku dáváte s největší pravděpodobností najevo, že máte zájem o kontakt s druhou osobou, chcete komunikovat nebo upoutat pozornost. [Facebook 2019].

Ačkoliv dnes nelze Facebook ani přidruženou síť Instagram považovat za prostředí, která slouží primárně k seznamování, často zde k tomu dochází. Vzhledem k velké koncentraci lidí používajících tyto sítě a funkcím, které jsou zde nabízeny, je snadné objevit nové lidi, rychle s nimi navázat kontakt a během pár kliknutí zjistit, co je zajímavá, či zda máme něco společného. Zatímco Facebook nabízí všestranný rozptyl, dceřiná síť Instagram se soustředí spíše na mediální obsah.

Aplikace Instagram vznikla v roce 2010, jejími autory jsou Kevin Systrom a Mike Krieger. Tento projekt byl v roce 2012 odkoupen firmou Facebook za miliardu dolarů [Instazood 2018]. Jedná se o sociální síť sloužící ke sdílení fotografií a videí, která je využívána především na mobilní platformě, přestože pro prohlížení existuje i počítačová verze. Lidé zde nahrávají své příspěvky, o které se dělí se svými sledujícími (ostatní

uživatelé, kteří si dotyčného přidali na seznam lidí, jejichž příspěvky se jim v aplikaci zobrazují). Konkrétní příspěvky lze nejen pouze sledovat, ale dají se komentovat, či označit jako „To se mi líbí“ [Instagram 2019]. Uvnitř aplikace funguje i možnost posílat zprávy ostatním uživatelům nebo s nimi soukromě sdílet určitý obsah (funkce Instagram Direct). Ostatní uživatelé mohou být rovněž označeni v našich příspěvcích, stejně jako i poloha, kde byl příspěvek pořízen. Vedle klasických příspěvků zde existují i Příběhy, což jsou aktuální příspěvky či živá vysílání viditelná pouze po dobu 24 hodin. Na tento obsah lze rovněž reagovat soukromou zprávou. Hlavní myšlenkou těchto „Stories“ je nechat ostatní uživatele nahlédnout do našeho aktuálního běžného života. Instagram nabízí i sekci, kde je možné sledovat, jaké příspěvky se líbí uživatelům, které sledujeme, či koho dalšího oni sledují. Díky tomu lze nacházet nové uživatelské účty, jejichž vlastníky přidává nám sympatický obsah. Vzhledem k vlastnictví firmou Facebook lze tyto dvě sítě propojit, což napomáhá možnosti sdílení fotografií na obě sítě současně nebo nalezení nových účtů ke sledování díky Facebookovému seznamu přátel. Pro založení účtu stačí vyplnit emailovou adresu, vybrat uživatelské jméno a být starší 13 let. Do profilu lze mimo klasických fotografií, videí a „Stories“ (s možností úpravy fotografickými filtry) přidat i profilovou fotografii a krátký charakterizující popis uživatele. Instagramové účty mohou být veřejné (jejich obsah může vidět každý uživatel), či soukromé (pro sledování je nutné poslat žádost vlastníkovému účtu, který ji může a nemusí odsouhlasit). V roce 2018 dosáhla tato síť hranice miliardy aktivních uživatelů – tedy lidí, kteří ji sledují každý měsíc [Aslam 2019]. Genderový poměr je na této síti vyrovnaný (50,4 % žen, 49,6 % mužů) [Statista 2019] a celkově zde tvoří největší podíl uživatelů lidé mezi 18 a 24 lety (31 %), na druhém místě stojí kategorie 25 – 34 (30 %). Zajímavé je, že na Instagramu tvoří větší podíl kategorie 45 – 54 let (9 %), než lidé ve věku 13 – 17 let (7 %) [Statista 2018]. V českém prostředí se poměry v genderové ani věkové rovině příliš neliší, celkově zde tuto síť využívá přibližně 2,5 milionů uživatelů. Komunita Facebooku je tvořena v České republice více než dvojnásobným počtem lidí [Feedit 2018].

3 Dosavadní výzkum

Vzhledem k vysoké popularitě seznamovacích sociálních sítí nalézáme velké množství studií na dané téma. Tyto výzkumy mají často psychologický charakter. Mnoho prací se zabývá obecným přístupem uživatelů a důvody, které stojí za jejich aktivitou na síti. Výzkumníci rovněž zkoumají charakter dnešních vztahů, odlišnosti od setkávání „tváří

v tvář“ nebo vliv technologií na podobu vztahů. V této části představím výzkumy, které demonstrují hlavní zjištění charakteristické pro současné vnímání sítí ve většině studií. Zaměřuji se především na motivace k užívání sítí, psychologický dopad na uživatele nebo jejich přístup k dlouhodobým vztahům.

Za povšimnutí jistě stojí množství výzkumů zabývajících se sítí Grindr, což je obdoba aplikace Tinder, která je primárně určena pro homosexuálně orientované uživatele. Jedná se o nejrozšířenější takto zaměřenou síť, která vznikla v roce 2009. Těmito, ale i běžnějšími aplikacemi se zabývají studie, které si kladly za cíl zjistit, jaký má na způsob užívání vliv design aplikace a koncept času. Trvalé připojení, vzájemná blízkosti uživatelů a možnost komunikace v reálném čase nahrává rychlému tempu interakcí, což vede u uživatelů k inklinaci spíše ke známostem na jednu noc než romantickým vztahům. K tomu dle výzkumníků přispívá i uživatelské rozhraní upřednostňující fotografie před textem. To nabádá k vyzdvihování fyzických vlastností a následnému povrchnímu kontaktu [Yeo, Fung 2018: 3-4]. Výzkumníci se i často shodují na přítomnosti tělesných potřeb mezi důvody užívání této aplikace. Autoři výzkumů definovali hlavní funkce, ve kterých uživatelé nacházejí „potěšení“ z aplikace. Mezi ně patří sociální začlenění/schválení, sex, přátelství, zábava, romantický vztah a vyhledávání založené na aktuální pozici [Van de Wiele, Tong 2014: 619].

V návaznosti na knihu Zygmunta Baumana s názvem *Tekutá láska*, která kritizuje dnešní vztahy mezi lidmi a považuje je za „zkapalněné“ díky individualismu a technologickým změnám, vznikl výzkum mapující postoje uživatelů seznamovacích aplikací. Ten byl realizován díky dotazníkům rozeslaným na sociálních sítích, po kterých následovaly hloubkové rozhovory s uživateli [Hobbs, Owen, Gerber 2017: 274-275]. Otázky se týkaly především pohledu na dlouhodobé vztahy, sexuálního chování a životních ideálů. Autoři došli k závěru, že pro většinu uživatelů jsou aplikace (především Tinder) atraktivní díky jednoduchému užívání a považují je za součást moderního způsobu života, ale i za příležitost najít partnera. Pro více než polovinu uživatelů slouží výhradně k nalezení potenciálního protějšku, čtvrtina si od aplikací slibuje navázání sexuálního vztahu. Zajímavé je, že navzdory Baumanově představě o moderní společnosti přibližně tři čtvrtiny uživatelů chtějí na sítích nalézt stálého partnera. 14 % lidí dokonce uvedlo, že využívání aplikací jejich touhu mít stálý vztah ještě umocnilo. Mladí lidé vidí v těchto virtuálních sítích často spíše další možnost k navázání romantických a intimních vztahů. Podle výzkumu stále věří

v ideály, jako je láska, monogamie a dlouhodobé partnerství [Hobbs, Owen, Gerber 2017: 274-277]. Další výzkumy ukazují, že manželství vzešlá ze seznámení na virtuální síti vydrží často déle, než ta, která vznikla běžným způsobem. Samozřejmě se může jednat i o jiné faktory, autoři však v tomto případě vyzdvihují fakt, že se jedná o dvojice bez předchozích vazeb, které spojují čistě společné zájmy a sympatie. Zároveň díky virtuálnímu seznamování může docházet i k rozvoji různorodých (například mezirasových) manželství, což napomáhá diverzitě ve společnosti a sociální integraci [Ortega, Hergovich 2017: 5-7].

Některé studie [Miller 2017] se zabývají psychologickým dopadem na uživatele seznamovacích aplikací. Pokud se zaměříme na poškozování duševního zdraví díky síti Tinder, docházelo ve výzkumech k porovnávání jedinců, kteří používali tuto aplikaci s těmi, kterým se vyhnula. Autoři zjistili, že uživatelé měli nižší míru sebeúcty a docházelo u nich k větší nespokojenosti se svým fyzickým vzhledem. Za tím stojí fakt, že právě fyzický vzhled je při hledání partnera v této aplikaci často na prvním místě. U účastníků výzkumu používajících Tinder bylo ve srovnání s respondenty, kteří aplikaci nepoužívali, možné pozorovat více negativních myšlenek nebo pocit tlaku okolí na určitý způsob vzhledu a vystupování [Miller 2017]. Tato skutečnost poukazuje na odraz využívání sítí v offline životě, což značí určité propojení těchto prostředí. Na tento aspekt bude v mém výzkumu rovněž kladen význam. Zejména se zaměřím na rozdíly offline a online interakce, odlišnou sebe prezentaci na internetu a vliv sociálních sítí na vztahy.

To, že se situace vzniklé na sociálních sítích a při virtuální komunikaci svým charakterem mohou lišit od běžně očekávaných situací z offline prostředí, dokládají i zábavné projekty, které se na internetu vyskytují. Jako příklad může posloužit instagramový profil s názvem „Tinder Nightmares“, na kterém se – jak už název napovídá – vyskytují noční můry z Tinderu. Objevuje se zde materiál, který správcům účtu zasílají uživatelé aplikace, a týká se zejména zpráv, jež obdržely ženy od svých protějšků. Ve většině případů se jedná o bizarní první kontaktování (a reakce), pro které je typický sexuální podtext útočící na fyzický vzhled. V tomto případě se jedná o názorný příklad změn v oblasti identity související s přechodem do virtuálního prostředí. Uživatelé působí odvážněji a bez zpětné vazby a fyzické přítomnosti protějšku si dovolí chování, které by v offline prostředí bylo přinejmenším neobvyklé. Tyto změny, týkající se stylu vystupování nebo potlačování a zveličování určitých vlastností, budou podrobněji rozebrány v jiné části textu. Studie, která se zaměřuje na danou problematiku, dokládá, že díky sdílení zpráv dochází k upozornění na

tento styl chování. To částečně pomáhá k vymýcení podobných zpráv, protože muži pochopí, že se díky nim často setkají s neúspěchem [Hess, Flores 2018]. Instagramový účet se shledává se velkou popularitou, sledují ho více než dva miliony uživatelů.

V první části práce jsme si představili několik sociálních sítí, kde dochází k seznamování, obecnou historii cíleného seznamování a také výzkumy, které jsou na toto téma navázány. Vidíme, že v ohledu na způsoby vytváření kontaktů došlo k určitému vývoji, který se vyznačuje zejména rozvojem využíváním informačních technologií pro seznamování, snadnou dostupností služeb a přívětivým uživatelským prostředím sítí. Online formy seznamování je důležité zkoumat zejména z toho důvodu, že se jedná o populární trend dnešní generace, který se za relativně krátkou dobu oprostil od nálepky krajní varianty a stal se běžnou formou navazování kontaktů. To je zřejmé nejen z počtu uživatelů sítí, ale i odpovědí komunikačních partnerů v mém výzkumu. Současné platformy jsou velmi rozvinuté a nabízí možnost seznámit se s velkým množstvím nových lidí bez nutnosti společných sociálních vazeb nebo geografické blízkosti. Nejedná se však pouze o prostředí pro nalezení potenciálního partnera nebo lidí se stejnými zájmy. Aktivita na sociálních sítích nabízí i určitý prostor pro zábavu a seberealizaci – například vytvářením určitého obsahu a sdílením fotografií. Virtuální sítě rovněž nemění pouze způsob seznamování. Definují i nové otázky v oblasti identity – v tomto prostředí se v některých případech liší vystupování uživatelů od jejich běžné, tedy offline, sebereprezentace. Určité charakteristiky jsou vystaveny do popředí, jiné naopak schovány nebo pozměněny. Vlivu virtuálního prostoru na chování uživatelů bude věnován samostatný blok práce.

4 Zkoumaná generace

V současné době se společnost skládá z několika generací lidí. Jako hlavní členění nejpočetnějších složek označujeme generace „Baby Boomers“ (dle definice Lancastera a Stillmana narozena mezi lety 1946 a 1964), Generaci X (1965 – 1980), Generaci Y (1981 – 1999) a v neposlední řadě Generaci Z (2000 – 2009) [Chandler 2015]. Někteří autoři do rozčlenění zařazují rovněž generaci s označením „Traditionalists“, která se rodila mezi lety 1900 a 1945. Lze hovořit i o generaci Alpha, jejíž počátek datujeme v roce 2010. Stejně jako jednotlivé skupiny mají mezi sebou určité odlišnosti (v chování, názorech, stylu života), tak

spatřujeme určité rozdíly ve vymezení samotného pojmu „generace“ v pojetí různých autorů. Pro tuto práci využívám následující vymezení od Jana Jandourka: „*Velká skupina lidí, jejíž příslušníci jsou spojeni stejným způsobem myšlení a prožívají důležité momenty své osobní biografie ve stejných historických a kulturních podmínkách. Jsou to rovněž lidé, kteří se narodili přibližně ve stejné době. Ve stejných obdobích budou navštěvovat školu, volit si životního partnera a vybírat si povolání.*“ [Jandourek 2012: 91].

Tento text se zaměřuje na seznamování lidí ve věku mezi 20 a 30 lety. Z toho důvodu si podrobněji představíme pouze Generaci Y. Jedná se o skupinu osob s relativně podobným životním stylem. Tito lidé byli součástí rozvoje seznamovacích sociálních sítí do širokého společenského povědomí a zároveň se v současné době řadí dle statistik popsanych výše k nejčastějším uživatelům těchto sítí. Vzhledem k tomu, že prožili i navazování kontaktů ještě před obdobím mainstreamového využívání sítí, jsou schopni v mém výzkumu objektivně popsat komparaci rozdílů online a offline interakce. Zároveň u nich není virtuální komunikace tolik zakořeněna, jako například v následující generaci, proto lépe vnímají její výhody a nedostatky oproti běžnému kontaktu „tváří v tvář“. Stejně tak již často ke vztahům přistupují vážněji, než například teenageři, proto pro ně nalezení partnera na těchto sítích bývá primární motivací k užívání, což je pro výzkum této práce důležitá podmínka.

Generace Baby Boomers se od námi zkoumané liší zejména důrazem na hodnotu rodiny, pracovní svědomitostí a slabším ovlivněním technologiemi [Berkup 2014]. Málo početná Generace X je oproti Generaci Y méně cílevědomá. Vyznačuje se spíše vysokou mírou rozvodovosti a rozvojem nových příležitostí k seznamování [McC Crindle 2009: 22]. Generace Z, která následuje ypsilonovou, je již naplno usazena v digitálním světě. Offline komunikaci se v tomto případě naplno vyrovnala ta na sociálních sítích [Vo 2010]. Díky rozvoji technologií hovoříme u Generace Z o vyvinuté kreativité a obecném přehledu. Koncept rodiny se v tuto chvíli oproti předchozím generacím značně liší. Příslušníci se totiž rodí výrazně starším rodičům – jsou potomci jak generací X a Y, tak Baby Boomers. V rodinách se tedy více objevuje důraz na rodinné jistoty, zabezpečení a předávání životních zkušeností [Sladek, Grabinger 2018: 3].

4.1 Generace Y

Podobu této generace v českém prostředí zachycuje výzkum Generation What. Ten je založen na respondentech s vhodným věkovým rozmezím – je srovnatelné s aktéry, kterých se týká tato práce. S přihlédnutím k faktu, že se výzkum věnuje mimo jiné oblasti, na kterou je primárně zaměřen tento text – tedy přístup ke vztahům, popřípadě technologiím – ho považuji za adekvátní nástroj k přiblížení charakteristiky generace.

Generace Y si svým stylem života vysloužila mnoho přívlastků – sebevědomá, technologická, flexibilní, optimistická nebo globální [Tomeš 2016].

Odpovědí na zřetelnou odlišnost generací je projekt zaměřující se na vytvoření obrazu o současné generaci lidí ve věku 18 – 34 let [Generation What? 2018]. Tato součást mezinárodního výzkumu se týká zejména názorů, chování, ambicí, obav a snů respondentů v otázkách více než dvaceti témat. Skládá se ze tří částí – online dotazníku, dokumentárních videí a definice generace jedním slovem. Projekt zachycuje postoje této generace prostřednictvím ankety, do které se zapojilo přes milion mladých lidí (v České republice více než 60 tisíc respondentů), do reprezentativního výzkumu v ČR bylo z ankety zařazeno 811 respondentů vybraných kvótní metodou podle věku, pohlaví, vzdělání, kraje a velikosti místa bydliště [Česká televize 2016].

Tento výzkum označuje zkoumanou generaci na základě výsledků především za vnitřně roztržštěnou. Pro zástupce je typické velké množství životních možností, s čímž souvisí změna priorit oproti předchozí generaci [Česká televize 2017]. Práce pro ně není na prvním místě – spíše než po budování kariéry touží po cestování a užívání života. Odkládají zakládání rodiny nebo například stěhování od rodičů. Podle výzkumníků se jedná se o generace internetu a moderních technologií (pouze 52 % respondentů uvedlo, že by mohli být šťastní bez internetu, oproti tomu bez televize by mohlo být šťastných 77 % a bez alkoholu 80 % [Generation What? 2018]), která je ambiciózní, optimistická, má vysoké sebevědomí a požaduje vysokou životní úroveň [Česká televize 2016]. Roztržštěnost generace se projevuje v širokém spektru oblastí, ať už v míře občanské participace, názorech (na menšiny, imigranty, Evropskou unii apod.) či například označení nejpalčivějších problémů současné společnosti. Sice se shodují v politické skepsi, ale názory na možná řešení situace se opět různí.

Vzhledem k tomu, že se tato diplomová práce týká navazování vztahů, představíme si blíže výzkumný blok s touto tematikou. Výsledky dokazují, že mladí lidé ve věkovém rozpětí od 18 do 34 let nejsou v tomto ohledu velkou výjimkou a stejně jako pro zbytek populace jsou pro ně vztahy důležitým životním aspektem. Odlišnost spatřujeme v nových technologiích, které hrají podstatnou roli nejen v získávání informací, ale i právě ve vztazích, na jejichž utváření a kvalitě mají velký dopad. V rozhovoru o výzkumu na rádiu Wave komentovala zástupkyně generace Jana Pakočka seznamování takto: „*Ulehčuje a urychluje to navazování přátelských i pracovních vztahů. Dost často se přes nějaký okruh známých dostanete k někomu, koho potřebujete. Nebo naopak objevíte někoho, kdo vás začne zajímat, ale tam je to spíš také o tom okruhu, protože už tušíte, co to bude za člověka, jaké jsou jeho zájmy nebo že se mu líbí podobné věci jako vám*“ [Havlíková 2016]. Svůj pohled doplňuje i Jonáš Zbořil: „*Já na hledání kamarádů přes internet a sociální sítě nevidím vůbec nic špatného a sám jsem prožil tu pozitivní část tohoto fenoménu. Akorát je důležité vědět, že se to stejně musí časem překlentnout do toho offline módu a když se to někomu konstantně nepřeklene, tak si myslím, že tam může vzniknout problém.*“ [Havlíková 2016].

Většina mladých lidí z výzkumu přiznává, že by nemohla být šťastná bez přátel (89,3 %), lásky (86 %), pohlavního styku (77,8 %) a dětí (60,2 %) [Červenka 2016: 58]. Fakt, že přátelé jsou pro mladé lidi nejdůležitější, lze vysvětlit skutečností, že podstatná část lidí v daném věkovém intervalu je stále svobodná, nemá partnera ve společné domácnosti nebo dokonce bydlí s rodiči (dvě pětiny respondentů z reprezentativního výzkumu) [Červenka 2016: 59]. Proměnlivost situace lze potvrdit rozdělením kategorií na část, která žije s rodiči a nachází se v ní například nezaopatření studenti a část, která žije samostatně, pracuje a často má založenou vlastní rodinu. Po tomto rozdělení se rozdílly na otázku týkající se dětí prohlubují. Rovněž lze pozorovat signifikantní rozdílly z hlediska pohlaví v případě lásky, jejíž potřeba je silněji deklarována ženami (87 % by bez ní nemohlo být šťastných oproti 78 % mezi muži). Ještě větší odlišnost mezi jednotlivými pohlavími pozorujeme v případě možnosti být šťastný i bez dětí, kterou odmítla asi polovina mužů (51 %), ale více než dvě třetiny žen (70 %). Kromě toho význam dětí klesá spolu s rostoucím vzděláním a naopak narůstá s věkem [Červenka 2016: 60].

Vztahy se zdají být významnými i díky odpovědím na otázku, na čem závisí úspěšný život. Největší část respondentů reprezentativního šetření zde zvolila variantu „na tom, mít rodinu“. Tuto možnost častěji uváděly ženy (frekvence stoupala s věkem a samostatností)

[Červenka 2016: 60]. Ve výzkumu se rovněž nachází přímá otázka na důležitost vztahu. Respondenti mohli vybírat na pětibodové škále a více než čtyři pětiny odpovědí se koncentrovaly ve variantách „důležité“ a „zásadní“. Potenciální svatba je přibližně pro polovinu mladé generace sen – „nejlepší způsob, jak druhému říct, že ho skutečně miluješ“. Tento „sen“ je častěji mladých žen (57 %), než mladých mužů (45 %). Naopak u rozvodu dvě třetiny respondentů uznávají, že je to „někdy nezbytné“. Zbytek ho považuje za sobecké „zlo naší doby“ [Červenka 2016: 62]. Objevuje se zde zajímavá korelace – lidé, pro které je svatba „sen“ označují často rozvod za „zlo“, a ti, kteří přikládají svatbě nižší význam nebo je pro ně „cár papíru“ mají k rozvodům mírnější postoj [Červenka 2016: 63]. Pokud se zaměříme na věrnost ve vztahu, výsledky ukazují, že ji výrazná většina respondentů (téměř tři čtvrtiny) považuje za „zásadní“. Necelá pětina ji neshledává za automatickou, ale za něco, co se odvíjí od konkrétního vztahu. Pro sedm procent lidí má smysl, ale dá se diskrétně obejít [Červenka 2016: 64]. Pokud se zaměříme na obecnou anketu mapující všechny zúčastněné země, zjistíme, že 81 % respondentů nikdy nebylo ve více vztazích najednou, pro polovinu z nich znamená skutečnost být ve vztahu „šťěstí“ a pro třetinu „závazek“. Pro 57 % lidí je vztah na jednu noc „náhodné setkání“ a více než čtvrtina ho považuje za něco „nemožného“ [Generation What? 2018].

Výsledky výzkumu ukazují, že vztahy jsou pro mladé Čechy stále prioritou. Rovněž kladou důraz na přátelské vazby. Stejně tak je pro ně ale typická názorová heterogenita, sebevědomí a potřeba užívat si života. Do jejich osobního i pracovního života velkou měrou zasáhly technologie. Ty jsou využívány již prakticky ve všech sférách a tím pádem se dotýkají i oblasti hledání partnera. Dochází k určité společenské transformaci, která pramení nejen z technologického vývoje, ale i z osobních charakteristik jednotlivců. Vzhledem k tomu, že se má práce dotýká přístupu jedinců ke vztahům a způsobů jejich navazování, považují za vhodné rozebrat problematiku i pohledem autorů sociologických teorií.

5 Proměna vztahů

Stejně jako ve všech společenských odvětvích i v oblasti vztahů dochází k určitému vývoji. Tradiční formy rodiny (mladý a sezdaný heterosexuální pár s dětmi) a partnerských vztahů jsou již částečně překonány a dochází k novým trendům, přístupům a návykům. Velký rozdíl spatřujeme v síle rodinných vazeb, rychlosti způsobu života, odkládání

rodičovství, zvyšování věku při sňatku nebo v rozvoji nesezdaného soužití [Možný 2002: 201-202]. V dnešních vztazích je kladen důraz spíše na individuální svobodu a uspokojování citových potřeb partnerů, na kterých stojí a padá stabilita rodin [Matoušek a kol. 2003: 181]. V této části si ukážeme pohled několika autorů, kteří se v současnosti intenzivně zabývají tématem (zejména proměnou) vztahů.

Anthony Giddens ve své knize *Proměna intimity: sexualita, láska a erotika v moderních společnostech* naráží na změny v oblasti vztahů na přelomu 20. a 21. století. Podotýká, že jsme svědky určité revoluce zejména v sexuálním chování, která se mimo jiné projevuje v postavení žen a posunu hranice deviantního chování [Giddens 2012: 18-26]. Zaznamenáváme rovněž změnu diskurzu v konceptu *romantické lásky (romantic love)*, která se vyznačuje svobodným projevem citu a tvorbou společného domova. Tento model se však v současnosti přetváří spíše do takzvané *spolu plynoucí lásky (confluent love)*, pro kterou je typická vyrovnanost v páru, emancipace žen, vědomí konečnosti vztahu nebo ztráta nutnosti pouze heterosexuálního soužití [Giddens 2012: 39-45, 71-73].

Sexualita je dle Giddense dnes již zcela autonomní, odpoutaná od nutné reprodukce, spíše souvisí s tělesným požitkem – tato skutečnost vedla k novým diskuzím, terminologii a změnám v oblasti společenského života [Giddens 2012: 45]. Odráží se v demokratickém a otevřeném pojetí dnešních vztahů. Na druhou stranu ale vztahy často nejsou příliš pevné, jejich trvání je spíše přechodné a nestabilní. Intimita totiž již v životě jedince nehraje tak velkou úlohu a přesouvá se spíše do roviny koníčků ve volném čase [Giddens 2012: 105-108].

Pro komunikaci se světem a poznávání sama sebe však jedinci potřebují důvěru. Ta se vzhledem k odklonu od tradiční formy rodiny, popřípadě společnosti, díky slabým sociálním vazbám relativně vytrácí. Snažíme se ji nalézat skrz vzájemný proces *sebeotevírání (self-disclosure)*. Na to je nutné využít určitou sílu napojení a odhalení emocí, jež je možné získat i ve spojitosti se sexualitou – to je jeden z důvodů, proč se těžištěm pro vznik důvěry často stávají erotické vztahy. Tato forma vztahů nám ve světě bez pevných normativních kodexů slouží k postupnému objevování, na kterém následně stavíme intimitu vztahu k milované osobě [Giddens 2012: 110-112]. Stále dokola se pouštíme do zkoumání druhých i nás samotných. Objevování sebe sama se totiž stává určitým projektem přímo zahrnutým do reflexivity modernity, což je určující charakteristikou veškerého lidského jednání.

Pojetí současných vztahů Zygmunta Baumana je rovněž vůči současnému přístupu ke vztahům poměrně skeptické. Aktéry dnešní společnosti považuje za zoufalé a opuštěné bytosti marně toužící po pocitu bezpečí, sounáležitosti a pomocné ruce. Přestože si stále přejí navázat vztah, brání se trvalým vazbám, které by jim byly přítěží a tlakem, jenž by omezoval jejich svobodu potřebnou v některých situacích k navázání vztahu jiného [Bauman 2013: 10]. Lidé sobecky a s lehkostí navazují pouze snadné a volné vztahy, nesnaží se dosáhnout standardů lásky, neradi by se připravili o možnost vyklouznout ze situace, ve které by se začali cítit nekomfortně a svázaně. Stejně jako chceme instantní produkty, opravy na počkání, okamžité uspokojení nebo výsledky, které nevyžadují přílišnou námahu, nehodláme do nalezení trvalého vztahu vložit příliš energie, riziko nebo hluboký cit. Vztah je investice, takže pokud nefunguje, vyměníme ho stejně jako jiné zboží [Bauman 2013: 20-21]. Ve zkratce tedy dnešní člověk podle Baumana touží po svobodném světě, ve kterém pro vazby, abstinenci a monogamii není místo. Naopak je pro něj typická pomíjivost, nezranitelnost a bezostyšné uspokojování tužeb. Autorův pohled na situaci v knize *Tekutá láska* je velmi přímý a pesimistický. Jeho kritika společnosti se ale sama setkala s kritikou ostatních vědců. Autoři jako například Anthony Giddens nebo Carol Smart považují jeho pojetí za příliš individualistické a nevhodně empiricky podložené [Nezbeda 2013].

Tavel ve své studii z roku 2009 hovoří o několika teoriích, které vysvětlují, proč v současnosti vytváříme vztahy s jinými lidmi, proč je udržujeme a z jakého důvodu se rozpadají. Předkládá zde rovněž ucelený přehled Grahama Hilla, který uvádí čtyři různé přístupy:

a) Vztah podle ekonomických teorií

Z pohledu těchto teorií je přitažlivost partnera závislá na přínosech, které by vztah mohl obnášet. Jedná se tedy o ekonomickou transakci, kde se racionálně vypočítává zisk jako rozdíl odměn a nákladů. Za odměny lze považovat například peníze a lásku, mezi náklady řadíme úsilí, čas a opět peníze. Ke spokojenosti dochází tehdy, když vidíme vyrovnanou návratnost odměn v poměru k počátečním investicím [Tavel 2009: 87].

b) Vztah podle teorií učení

Tento přístup k přitažlivosti je vysvětlován principy teorie učení klasickým a operantním podmiňováním. Nejdůležitějšími faktory interakce jsou podmíněné emoční reakce a důsledky interpersonálního chování. Fungování vztahu ovlivňuje zejména uspokojování základních lidských potřeb (jídlo, láska, sex apod.). Vztah se rozpadá ve chvíli, kdy je spojen s nepříjemnými zážitky (např. nezaměstnanost) a chybí příjemné podněty [Tavel 2009: 88].

c) Vztah podle kognitivních teorií

Vztah v tomto případě funguje na myšlence „kognitivní stálosti“, tedy motivaci udržovat rovnovážné vztahy. Pro trvalou existenci sympatií je nutné snažit se držet stále postoje a stabilitu sympatií [Tavel 2009: 88-89].

d) Vztah podle evolučních teorií

Funkci přitažlivosti a vztahů hledají tyto teorie v evolučním přežívání. Z tohoto pohledu je možnou příčinou přátelství a spojenectví vyšší ochrana a účinnější lov ve skupině. Stejně tak jsou možné důvody partnerské vazby viděny v nutnosti společné péče o potomky. Tavel uvádí, že *„pouta náklonnosti a soudržnosti vznikala v průběhu evoluce přirozeným výběrem, protože spolupracujícím rodičům přežilo víc dětí.“* [Tavel 2009: 90]. Teorie se kromě potřeby utvářet vazby zabývaly i tendencemi k podvádění. Ty byly v rámci tohoto přístupu spatřovány jako možné genetické výhody. *„Páření se samcem lepší genetické kvality, aniž došlo k prozrazení, znamená lepší zdatnost potomka a současně péči ze strany stávajícího partnera“* [Tavel 2009: 90].

Na základě popsaných zjištění (individualita, rychlost doby, svoboda, slabé vazby apod.) lze vyvozovat motivace a odůvodnění zapřičiňující rozvoj seznamování právě v internetovém prostředí. S těmito předpoklady budu následně pracovat ve výzkumu. Zejména považuji za důležité ověřit kromě motivací i teorie Baumana a Giddense, podle kterých mladí lidé nevnímají jako prioritu dlouhodobé monogamní vztahy a spíše se v životě zaměřují na svobodné uspokojování svých individuálních potřeb. V jakémkoliv kontaktu

s okolím – online i offline – prezentují lidé svou osobnost a snaží se docílit požadovaných benefitů. V následující části textu se zaměřím především na tuto individuální stránku a popíšu, jak je „já“ jedince utvářeno, popřípadě jak s ním je následně pracováno.

6 Identita

Následující kapitola se zabývá zkoumáním identity. Obecně se v práci věnuji interakcím v rámci seznamování na internetu, kde je určitá prezentace identity důležitou složkou. Identita a sebeprezentace hrají roli nejen v přímé komunikaci mezi uživateli, ale i při samotném výskytu na sociálních sítích. Na tento široký pojem lze samozřejmě nahlížet různými způsoby a procházel dlouhým vývojem prakticky až od filozofických pojetí Descarta, Locka nebo Nietzscheho. Pro účely této práce je však důležitý až přístup zaměřený na jednání jedince zasazeného do určitého kontextu společnosti. Text zkoumá chování jednotlivce v konkrétním prostředí a vliv komunity na jeho úkony. K rozvoji tohoto přístupu pomohly společenské změny na přelomu 18. a 19. století, tedy v době vzniku sociologie. V závislosti na nich byl kladen důraz na teorie zabývající se ovlivněním jedince jeho sociální skupinou, z čehož vychází i směr klíčový pro naše potřeby – symbolický interakcionismus. Přístup lze aplikovat i na prostředí virtuálních sítí, kde rovněž dochází k interakci uživatele s jeho publikem.

Tvorba osobní identity pramení, dle aktuálního teoretického přístupu, ze vzájemné komunikace s ostatními a řízeném způsobu, jakým prezentujeme sebe sama v určitém prostředí. Pro pochopení prezentace identity ve virtuálním prostoru a způsobů chování na sociálních sítích je vhodné představit zejména Ervinga Goffmana, na jehož teorie je dodnes odkazováno mimo jiné i v případě studií chování ve virtuálním prostředí. Autoři ovlivnění tímto směrem různými způsoby navazují zejména na základní Meadovu myšlenku dvou složek osobnosti – „I“ a „Me“, tedy činné, jednající části, která je pod dohledem společenských limitů a morálního závazku [Mead 1934: 153-154].

6.1 Erving Goffman

Goffman se samozřejmě zabýval mnoha teoretickými koncepty, pro nás je však stěžejní jeho pohled na interakci, kterou vztáhneme k chování uživatelů ve virtuálním

prostředí. Zajímá nás totiž zejména to, jakým způsobem se prezentují uživatelé na sociálních sítích, jak pracují s informacemi, které chtějí před zbytkem virtuálního světa skrýt nebo co se stane, když dojde ke střetu různých skupin uživatelů (publik), před kterými vystupuje odlišným způsobem. V souvislosti s vysvětlením těchto otázek nám poslouží Goffmanovo pojetí takzvané dramaturgické sociologie.

Základem dramaturgické sociologie je prezentace vlastní identity. S nápovědou v názvu pojmu lze dojít k definici, že se jedná o formu divadelního představení, kde bytost vstupuje do jednotlivých rolí. Odrazovým můstkem konkrétní interakce je určitá definice situace, kde bude „herecký výkon“ prováděn. Díky tomu, že běžné situace, které se odehrávají v určité kultuře či konkrétní komunitě, jsou víceméně zažité (lze hovořit například o setkání s přítelem, nakupování nebo svatbě), netrvá jednotlivcům dlouhou dobu definovat svůj přístup. K tomu přispívá i fakt, že mezi účastníky dané situace panuje ve většině případů konsensus v ohledu na sdílení významů a dělbu rolí v interakci. Goffman za klíčový prvek ke správné definici situace považuje takzvanou fasádu [Goffman 1999: 29-31]. Tu tvoří určité prostředky a vybavení, které jsou během vystoupení využívány. Fasáda se dělí na dvě části - na scénu, která zahrnuje rekvizity, tedy fyzické prostředí, kde jednání probíhá (mezi to patří například nábytek, dekorace apod. – příkladem je lékařská ordinace) a osobní fasádu, která se vyznačuje vzhledem a způsobem vystupování jednotlivců. Tyto osobní znaky mohou být jak proměnné (oděv, gesta), tak stálé (rasa, barva očí). Důležitý aspekt tvoří rovněž způsob, jakým aktéři inklinují ke svým rolím. Goffman tyto formy přístupu rozmísťuje mezi dvěma póly na škále. Na jedné straně stojí pouhé hraní role, ve kterém spatřujeme nezúčastněnost a profesionalitu. Protipólem je naprosté ztotožnění vlastní identity s rolí [Goffman 1999: 28].

Prostředí, kde se odehrávají sociální hry, je rozděleno na dva základní regiony – jeviště (tzv. forbína) a zákulisí, neboli přední a zadní region. Jevišťem je prostor, kde dochází k představení učené role, kolbiště s rekvizitami a společenskými pravidly. Právě zde dochází k plnění norem nejen směrem k přímému protějšku, ale i ke zbytku osob v dohledu (nebo doslechu), které vnímají náš vzhled či mluvu. V tomto případě jsou pro nás důležité konvence jak na morální, tak instrumentální úrovni – lze si například představit chování v práci, kde je pro mnohé nutné předstírat práci i v momentě, kdy své úkoly máme dávno hotové. Stejně tak lze vzpomenout na malé děti, které při kontrole rodiči předstírají spořádané zacházení s hračkami či spánek [Goffman 1999: 114].

Druhou stranou, pro kterou je příznačné vystoupení z příslušné role, je zákulisí. V tomto prostoru jedinec odkládá svou osobní fasádu, odpočívá od role, popřípadě se snaží odstranit chyby a nacvičit si příští vystoupení. Je pro něj typická přirozenost, tajemství nebo průchod pravého „já“. Lze si pod tím představit učitele v kabinetu, recepční v hotelové šatně, doktora po ordinační době či jakéhokoliv muže nebo ženu o samotě ve svém bytě. Vzhledem k rozdílnému chování se snaží jedinci hranice mezi zákulisím a jevištěm striktně oddělovat, protože v opačném případě by mohlo hrozit vynesení svého přirozeného chování na povrch a vypadnutí z role, čímž by se jedinec stal nedůvěryhodným [Goffman 1999: 113]. Snahou člověka je totiž v předním regionu vytvořit svým konáním určitý dojem, který je založený především na verbální komunikaci a gestech. Tak se snaží zapůsobit na své obecenstvo nebo komunikačního partnera a vědomě ho obelstít a ovlivňovat. Tato přetvářka a předávání často nepravdivé informace se nazývá „management dojmů“ [Goffman 1999: 205]. Jedinec vědomě vytváří v protějšku žádaný pocit a předává svou identitu, čímž si vyvolává důvěryhodnost, autoritu, snaží se působit určitým stylem (vzdělaně, slušně) i když tomu ve skutečnosti nemusí tak vůbec být a po stažení se do zadního regionu je naprosto opačnou osobou.

Mead, Goffman a několik dalších autorů během 20. století nastolili určitý trend v novodobém chápání identity, který je založen na sociální interakci s ostatními lidmi. O další důležitý krok v budování stabilní teorie konstrukce identity se zasloužila například sociologická dvojice Berger a Luckmann. Stejně jako většina jejich předchůdců zastávali názor, že pojem „já“ je bez společenské interakce bezvýznamný [Berger, Luckmann 1999: 174]. Autoři viděli zásadní vliv interakce s „významnými druhými“ pro vývoj a udržování osobních identit, stejně jako hraní rolí ve společnosti. Skutečnost každodenního života se autorům dále projevovala jako intersubjektivní svět, tedy svět, který sdílím s ostatními lidmi v komunitě. Bytost podle jejich teorie nemůže v každodenním životě fungovat bez toho, aby neustále interagovala a komunikovala s ostatními jedinci [Eadie 2009: 167 - 168].

Nejen tato dvojice autorů rozmyšlí riziko problematické identity, které může přijít již v období socializace. Tu považují za základ identity a zejména při primární socializaci (v období, kdy se jedinec ztotožňuje se sociální realitou zprostředkovanou významnými druhými) si vytváří základní subjektivní realitu. U té je očekáváno, že bude díky legitimizačním procesům udržována, ale v moderní heterogenní společnosti je možné, že

dojde k jejímu pozměňování. V současné rozvinuté společnosti, kde je složitější distribuce vědění, existuje pravděpodobnost, že budou jedinci během primární i sekundární socializace předány různé verze reality a tím je ohrožena jednoznačná identita. Vhodnou identifikaci příslušného místa ve společnosti může narušit i vysoká míra sociální mobility, inkonzistence sociálních statusů, či institucionální roztržičnost. V případě „podkopání“ identity způsobeném nevhodnou pozicí na společenském žebříčku vzniká prostor pro sekundární instituce. Ty nabízejí alternativu pro ztotožnění – „prefabrikované“ identity produkované například spolky, církvemi či médii. V tomto případě se však nedá hovořit o stoprocentní stabilitě a komplexním objetí životního celku jedince, protože jsou často prožívány v soukromí a zahrnují jen určitou část jeho životních událostí. Z nemožnosti nalezení trvanlivé identity mohou pramenit psychické problémy a úzkosti, které jsou v současnosti pro moderní společnost typické. Pro jedince je totiž obtížné uchopit heterogenitu své doby a najít v ní konkrétní a platný řád. Přestože je v procesu socializace a budování identity aktivně činný, je odkázán na modely, které mu jsou zprostředkovány společností. S rozmanitostí společnosti však přichází široká škála impulzů, ze kterých není snadné vytvářet jednoznačnou a fungující identitu [Šubrt 2008: 123-124]. Na tomto argumentu lze spatřit rozšíření možností způsobené online prostředím. Přestože v offline světě máme několik sfér identit (například žena, matka, učitelka), narážíme na určité limity, které internet částečně potlačuje. Pokud máme v plánu pohybovat se striktně ve virtuálním prostředí, jsme schopni pracovat i se zcela odlišnými identitami, které aplikujeme v rozdílných sférách dle našich potřeb – například aktivitou na určitých sítích pod odlišným jménem (přezdívkou) a fotografiemi. Nové období ovlivněné technologickým vývojem a již přímo pracující s internetem si představíme v další kapitole.

6.2 Technologické období

Nástup technologií a zejména internetu byl pro zkoumání identit podobně klíčový, jako přechod k moderní společnosti. Drtivá většina dřívějších úvah se totiž tímto prostorem nezabývala a spíše se soustředila na situace takzvaně „tváří v tvář“. V první řadě je nutné říci, že internet neměl vliv pouze na problematiku identit, ale obohatil i zkoumání komunit. Někteří autoři v internetové komunikaci viděli zvýraznění a posun ve formování skutečné – síťové – podstaty komunit. Virtuální komunity totiž podle nich umožňovaly homogenní sdružování lidí na základě jejich společných hodnot a zájmů a navíc dokázaly vytvořit

relativně pevné a stabilní vazby přátelství a vzájemné podpory, které následně mohly přerůst až v interakci „tváří v tvář“ [Rheingold 2000: 349]. Komunity tedy byly schopny těžit stejně jako jedinci z přítomnosti velkého množství uživatelů, které nespojovala nutně geografická blízkost, ale spíše opravdové sympatie a společné zájmy.

S masovým rozšířením internetu napříč společnostmi a s tím spojeným vzestupem rozmanitosti identit v řadách jeho uživatelů, došlo k rozvoji zájmu mezi sociology. Jednou z prvních, která se v polovině 90. let tématikou zabývala, byla Sherry Turkle. Ta se zaměřila především na psychologické důsledky internetové aktivity, vstupování do zdánlivě anonymní sociální interakce, která se odehrávala uvnitř virtuálního světa a navazování virtuálních vztahů. Z výzkumů Turkle vyplynulo zejména to, že internetové prostředí svým uživatelům dává možnost formovat různé „dílní“ identity. Aktéři jsou schopni utvořit více různých „já“, které osvobozují od pout tělesného těla a určité jednoty, jež je pro fyzické „já“ v offline prostředí nutná. Jsou tedy schopni se souběžně prezentovat různým způsobem ve více virtuálních prostorech najednou. Necháávají zde ožít své potlačené části „já“ [Turkle 1995: 185]. Nemusejí mít svázané, jednotné „já“, které by podléhalo mravům, tradicím a normám, které jsou společností denně implikovány. Projevují se tedy jako rozdílné online identity a užívají si decentralizovanou svobodu. Na Turkle v roce 1998 navazuje Elizabeth Reid, která za charakteristický znak virtuální komunikace spatřuje především její anonymitu. *„Svoboda ve virtuálním prostředí skrývat, nebo naopak vyzdvihovat různé aspekty sebe sama, umožňuje sledovat reprezentaci a projekci těch nejrozličnějších aspektů lidské existence. Výzkum virtuálních komunit je plný příběhů o maskování věku, pohlaví a společenského postavení; příběhů o maskování téměř všech možných aspektů identity“* [Reid 1998: 35]. Frederik Aspling se k vnímání anonymity daného prostředí vyjadřuje v souvislosti s osobními blogy, kde se naprosto soukromé informace, které by jedinci nesdělili ani nejbližším přátelům, prezentují veřejně. Efekt „cizinců ve vlaku“ [Rubin 1975 citováno podle Pospíšilová 2016: 49] založený na víře, že jedince obdarovaného intimními informacemi již v budoucnu nikdy nepotkáme, je pro virtuální prostředí typický právě díky tomu, že projevy nejsou spojovány s konkrétní osobou – často uživatelé vystupují pod určitou přezdívkou nebo jménem někoho jiného. Díky tomu dochází v internetovém prostředí k takovému chování, které by v rámci sociálního okruhu nebylo možné. Uživatelé jsou totiž zproštěni očekávání a omezení ze své komunity nebo rizika sociálních sankcí [Bargh et al. 2002 citováno podle Pospíšilová 2016: 48 – 49]. Vzhledem k tomu, že

myšlenka striktního oddělení online a offline světa je již dnes překonána, je nutné dbát na způsob, kterým k sítím přistupujeme. Často se totiž pohybujeme v prostředí (například na Facebooku), kde se vyskytují naše kontakty známé i z offline prostředí. V tomto případě je obtížné vytvářet zcela novou identitu. Zároveň však existují technické prostředky, které nám umožňují zůstat v internetovém prostředí v anonymitě. Jsme schopni vytvořit například anonymní profil, díky kterému bude na sítích prakticky nezjistitelné, kdo za ním stojí. V tomto případě již tedy opět nelze spojovat naše chování na internetu s konkrétní osobou.

V českém prostředí na tento přístup navazoval psycholog David Šmahel, který problematiku obohatil mimo jiné o průnik mezi klasickým pojetím identity tvořeným členstvím v sociální skupině a relativní anonymitou, která je příznačná pro virtuální komunitu. Tento pohled ale nepovažuje za jediný možný. Dnes již překonané pojetí internetu, jako prostředí prosté zábran, kde uživatelé ztrácí úzkosti ze sociálních situací, obavy z odhalení sama sebe, povědomí o normách a pravidlech reálné komunikace a starost o mínění druhých [Šmahel 2003: 13] může pramenit i z teorie o dvou komponentách sebepojetí. V tomto případě se jedná o vnější vědomí sebe sama, jež je závislé na tom, jak jedince vidí ostatní, naproti kterému stojí vnitřní vědomí sebe sama, což zahrnuje uvědomování vlastních motivací a cílů. Podle Šmahela je v komunikaci přes internet (oproti té „tváří v tvář“) zřetelně vidět nižší komponenta vnějšího vědomí a naopak komponenta vnitřního vědomí je vyšší. Pro lepší vysvětlení lze navázat na výše popsané teorie symbolického interakcionismu, na jejichž základě lze hovořit o vyvážení „I“ z omezujícího vlivu „Me“ nebo například o internetu jako o prostředí, kde aktivujeme určitý standard identity bez toho, abychom narazili na konfrontaci se sociálním okolím, kde by bylo nutné tento standard náročně obhajovat [Šmahel 2003: 16]. Díky vývoji zkoumání však dnes bereme v úvahu i okolí uživatele z offline prostředí. Pokud jedinec vystupuje v komunitě pod svým jménem, klade sice nižší důraz na normy nebo úzkosti ze sociálních situací, ale nelze hovořit o kompletním skrytí jeho opravdové identity.

Šmahel se dále ve svých textech zaměřuje na důvody, proč byl považován internet za prostředí „bez zábran“. Za hlavní aspekty této skutečnosti označuje pocit fyzického bezpečí (nelze jedince v danou chvíli napadnout), absenci sama sebe jako fyzického objektu (což nám pomáhá odbourat například psychické problémy odvinuté od našeho vzhledu), možnost okamžitého ukončení kontaktu a zdánlivou anonymitu. Na základě těchto vlastností autor spatřuje odraz v komunikaci uživatelů, která se vyznačuje větší otevřeností, možnostmi

přetvařovat se a lhát (odlišně prezentovat identitu), redukcí úzkostí a sankcí a v neposlední řadě vyšší frekvencí sexuálních narážek a provokací [Šmahel 2003: 22-34].

Šmahel a jeho kolegové se rovněž ve svém kvalitativním výzkumu chování adolescentů na internetu zabývají problémem, proč jedinci vstupují do virtuálního prostoru pod falešnými identitami a nahrazují jimi své reálné. Nachází pět hlavních důvodů, mezi které patří obava z odhalení (například v případě, že se uživatel snaží získat informace o problematice, za kterou se stydí, nebo chce něco intimního o sobě sdělit). Dále se jedná o potřebu zvýraznit určité osobní charakteristiky a potlačit jiné, které jsou v reálném životě zřetelné (to souvisí s aktuální náladou a rozpoložením). Důvodem může být i vyjasňování své sexuální identity a experimentování s orientací. Příčinou nahrazování identity může být rovněž snaha být ideálem (nalézat ideál sebe sama) nebo hra – zábava na účet někoho jiného [Vybíral, Šmahel, Divínová 2004: 173-174]. V tomto případě je však nutné zdůraznit, že se jedná pouze o prostředí, ve kterých se uživatel pohybuje striktně pod vykonstruovanou falešnou identitou. Nehovoříme tedy například o aktivitě na Facebooku pod skutečným profilem, ale spíše na určitém fóru nebo síti, kde jedinec vystupuje pod přezdívkou nebo pseudonymem.

6.3 Spojitost se symbolickým interakcionismem

V návaznosti na symbolický interakcionismus probíraný v minulé části je vhodné představit si teorie přímých následovníků v internetovém věku. Existuje široké spektrum přístupů, které se pohybují až od názoru, že v souvislosti s digitálními technologiemi již „objektivní já“ není možné spatřit – jako objekt očima druhého. Tento názor se objevuje spolu se skutečností, že jedinec ve virtuálním prostředí není schopný rozeznat „generalizovaného druhého“ a kvůli tomu nedokáže jeho prostřednictvím vytvořit vlastní „já“ [Gergen 1991: 242]. Protipólem k této hypotéze je, že proces utváření „já“ zůstává i přes odlišnosti mezi online a offline interakcí stejný. Virtuální „já“ je stále produktem sociální interakce (samo sobě je subjektem i objektem). „Já“ internetového uživatele si vytvoří svou další dílčí identitu, která různými způsoby reflektuje jeho představy o sobě samém. Jedinec následně skrz své „kybertělo“ interaguje s podobně vytvořenými „generalizovanými druhými“. Stále tedy považujeme tento proces formování „já“ rétorikou teorie symbolické interakce za možný [Robinson 2007: 96-106].

Jedinec si na sociálních sítích vytváří svůj profil – tedy online reprezentaci svého „já“, jež následně dotváří komunikací s druhými. Tím, že se uživatel otevřeně ukazuje na své sociální síti, pomáhá ostatním uživatelům ověřit si validitu prezentovaných informací o své identitě [Boyd, Ellison 2007]. Dalším aspektem profilu uživatele mohou být zvolení přátelé, kteří však nemusí být danému člověku reálně blízcí, ale může se jednat o určitou artikulaci sebe prezentace a pragmatickým nástrojem managementu dojmů. Konexe mohou být totiž vytvářeny i s ohledem na atraktivitu, která následně vyvolává lepší dojem o samotném uživateli. Další variantou může být fakt, že tito „přátelé“ slouží jako imaginární obecenstvo, kterému uživatel uzpůsobuje své chování a činy. Elektronická obrazovka tedy ve smyslu teorie Goffmana nahrazuje určité „pódium“, které je však na rozdíl od toho v běžném životě velmi mělké, nereflexivní a bez přesahu. Zde se odehrává komunikace, při níž je reálné tělo neohrabané a nadbytečné – jedinec se topí v jednotném datovém toku, z kterého nedokáže odlišit sebe sama [Baudrillard 1988: 12-18].

V případě, že hovoříme o Ervingu Goffmanovi, je nutné zmínit jeho následovníka, který kromě teorií McLuhana velkou měrou čerpá z i z dramaturgické sociologie – Joshua Meyrowitz. Jak už bylo řečeno výše, Goffman ve své divadelní teorii pracuje s takzvanými regiony. Zatímco Goffman se věnoval interakci osob, jejich vzájemnému chápání a působení „tváří v tvář“ – tedy v ohraničeném, nejčastěji fyzickém prostoru – pozornost Meyrowitze se díky technologickému vývoji přesunula spíše k virtuálnímu informačnímu toku. Podle Goffmana se tedy představení odehrává v předním regionu (forbíně) a do zadního (zákulisí) je publiku odepřen přístup. Regiony se liší zejména v tom, že zatímco pro zákulisí je typické zobrazení všech vlastností jedince (i těch, které považuje za špatné), forbína se vyznačuje spíše přetvářkou a prezentací vyžadované iluze. Dle autora však existuje i situace, kdy dojde k porušení striktního oddělení regionů a to v případě, že se do zákulisí dostane osoba, které neměl být povolen přístup. V tu chvíli nastává chaos, při kterém je nutné aplikovat vyrovnávací postupy (například uspořádat narušiteli jednoznačné přivítání). S těmito situacemi narušení a následných vyrovnávacích mechanismů pracuje právě Joshua Meyrowitz ve svém pojetí střední zóny (středního regionu) [Pospíšilová 2016: 43-45]. Pro naše účely se jedná o důležitou teorii z toho důvodu, že tyto situace jsou typické pro sociální síť. Setkávají se zde totiž různá publika, která byla dříve oddělena.

Přestože Meyrowitz nijak nepopírá fyzický vliv na sociální situace, připouští, že chování může ovlivnit hodnocení druhých lidí, aniž by museli být fyzicky přítomni.

V souvislosti s pojetím Goffmana tedy nahrazuje reálné oddělení informační bariérou. A právě díky novým elektronickým médiím, které vyvolávají dosud nevídané situace a chování, vznikají nové teorie a definice, jako je ta o „chování střední zóny“. Tato definice zahrnuje prvky chování z obou regionů, které jsou ale oproštěny od krajních poloh [Pospíšilová 2016: 45-46]. Dochází k určitému promísení chování, které je typické pro odlišné regiony, což může vést například v případě Facebooku ke sdílení soukromých (zákulisních) informací na veřejném profilu (forbíně). Odpoutání od fyzického prostoru lze demonstrovat na skutečnosti, že čtenáři našeho obsahu (prezentace) nemusí být ve stejnou chvíli na stejném místě jako my – mohou se nacházet v budoucnosti, číst naše příspěvky až po určitém čase a často ani nejsme schopni odhadnout, kdo (a jestli vůbec někdo) obsah přijímá. Z toho důvodu, že pracujeme s imaginárním publikem, můžeme pouze odhadovat, jak vhodně představovat naši identitu. Samozřejmě máme stále kontakt s offline světem, tudíž lze dostat zpětnou vazbu nejen přes internet, ale i „tváří v tvář“. Stejně tak je možné v některých případech (např. Facebook, Instagram) definovat publikum, kterému náš obsah zpřístupníme a díky tomu jsme schopni lépe řídit interakce [Pospíšilová 2016: 48].

Díky teoriím sociologů je dnes již evidentní, že se identita vytváří interakcí s okolním prostředím. To, že se jedinec pohybuje na určitém místě a v určité komunitě má bezesporu vliv na utváření chápání vlastního „já“ a vystupování vůči sociálnímu okolí. Spolu s tímto společenským vlivem jde i technologický vývoj. V současné době lze spatřit minimálně dva hlavní milníky, které ve vnímání identity způsobily určitou revoluci – příchod moderní společnosti a virtuálního světa. Tyto momenty vytvořily zcela nové situace, nastolily do té doby nevyřešené otázky a částečně zbořily dosud platná pravidla. Pro naše účely je důležité soustředit se zejména na zmiňované odlišnosti v chování mezi online a offline prostředím. Pokud zkoumáme identitu jedince, je důležité se zajímat i o prostředí, v jakém a vůči kterému svou identitu utváří a prezentuje. V následující části se zaměřím především na dvě koncepce – na aktivní a interaktivní publikum a teorii užití a uspokojení. První se věnuje přístupu uživatelů k médiím, v našem případě sociálním sítím. Následná teorie vysvětluje motivace, které stojí za užíváním určitých médií. Ve výzkumu je pro nás totiž důležité získat odpovědi na otázky, proč jednotlivci využívají konkrétní aplikace, za jakým účelem se v nich zaregistrovali, jakým způsobem s nimi pracují nebo jak se na nich prezentují.

6.4 Publikum

Jak již bylo řečeno výše, publikum je pro nás důležité zejména z toho důvodu, že utváří identitu, a to nejen uživatele ve virtuálním prostředí. Tito uživatelé v souvislosti se svým okolím na konkrétních sítích vytvářejí určitý dojem – sebe prezentaci, která je jedním ze stěžejních témat výzkumu této práce. Samotný význam slova „publikum“ označuje určitou veřejnost, obec, obecní jmění, konzumenty, či komunikanty. Komunitu skrývající se pod tímto pojmenováním lze označit jako produkt určitého společenského kontextu. Může se obecně jednat o sdílení konkrétního prostoru ve stejném čase (představení v divadle), sledování stejného podnětu ve stejném čase v jiném prostoru (sledování televizního vysílání) nebo o zkušenost se stejným mediálním obsahem v rozdílném čase i prostoru (přečtení stejné knihy nebo internetového obsahu) [Sullivan 2013: 2]. Vzhledem ke skutečnosti, že se text zabývá sociálními sítěmi, představíme si příjemce obecně dostupných sdělení v mediálním prostoru – mediální publikum. Díky šíři pojmu však nacházíme různé definice. Mezi dva hlavní proudy chápání patří označení, že publikum je pouhým pasivním příjemcem informačního kanálu, naproti čemuž stojí publikum, které přijímá sdělení, přikládá jim určitý význam a aktivně reaguje zpětnou vazbou [Sullivan 2013: 3-4]. Sociální sítě se skládají z obsahu jednotlivých uživatelů, proto se zaměříme na druhou ze zmiňovaných variant.

6.4.1 Aktivní & interaktivní publikum

Pokud bychom měli charakterizovat člena aktivního publika, jedná se o jedince, který je aktivním činitelem mediální komunikace, vybírá si ze spektra dostupných médií, přijímá cizí sdílený obsah, sám ho interpretuje a popřípadě sdílí s okolím. Výběrem určitého sdělení uvědoměle uspokojuje svou konkrétní potřebu a podle svých představ o světě ho relativně odolně vůči ovlivňování zpracovává nebo kriticky vyhodnocuje [Jiráková, Köpplová 2015: 212-217]. Přístup k médiu je ovlivněn nánosem určitých motivací, předchozích zkušeností nebo hodnot. Mimo to hraje samozřejmě roli sociální kontext, ve kterém dochází k sdílení prožitků zejména názorovými vůdci [Jiráková, Říchová 2000: 80]. V dnešní době je názorový vůdce na sociálních sítích označován jako „influencer“.

To, jakým způsobem divák vybírá určité médium, zpracoval ve své koncepci Denis McQuail. Jak na straně samotného média, tak i u konkrétního publika existují určité faktory, které jsou společně v interakci a neustále se ovlivňují. V případě média hovoříme zejména

o možnostech a propagaci obsahu, struktuře poskytování, načasování, prezentaci a mediálním systému. V souvislosti s publikem se zaměřujeme na osobní atributy jedinců (pohlaví, věk, životní styl nebo zaměstnání), jejich potřeby související s médii, sociální prostředí, vkus, zvyky, kontext a další aspekty [McQuail 2009: 440-442]. V případě sociálních sítí, jako je Facebook nebo Instagram, spatřujeme faktory pro výběr například v jejich popularitě, četných možnostech v otázce obsahu nebo snadné dostupnosti. U uživatelů zaznamenáváme vliv sociálního prostředí, na který navazují motivace, mezi které může patřit potřeba být „v obraze“ a ve spojení s přáteli nebo nalézt nové kontakty.

Další vývojovou fází, která se soustředí již přímo na síťová média, tedy nové informační a komunikační technologie, nazýváme interaktivní publikum. Hlavním charakteristickým znakem je nepřeborná škála možností mediálního obsahu, která až maže stejnorodé množiny a dosavadní způsoby užití média, což může mít za následek překonání dříve zásadní hranice rozlišení jeho odesílatele a příjemce. Dopadem tohoto progresu je rozrůznění publika, přesnější přizpůsobení obsahu určité složce spotřebitelů (segmentace), nebo rozptyl pozornosti publika mezi více mediálních zdrojů (fragmentace) [McQuail 2009: 459]. Média se tím pádem stávají nesourodými, flexibilními a hlavně interaktivními, což znamená, že je uživatel aktivnější, účastní se dialogu a angažuje, díky čemuž je jeho potřebám a zájmům lépe přizpůsobován obsah [Jirák, Köpplová 2015: 203]. Logickým vyústěním této situace je transformace možností chování publika – technologie nyní nabízejí možnost akce samotného uživatele, používání médií novým způsobem a aktivní tvoření vlastního obsahu. Spatřujeme rozvoj různých sítí a aplikací, které přímo vybízejí uživatele k jeho vyjádření a sebe prezentaci. Dřívější členové publika se postupem času stali prozumenty (prosumers), tedy nejen konzumenty (consumers), ale rovněž producenty (producers) [Sullivan 2013: 215].

6.4.2 Teorie užití a uspokojení

Tato závěrečná část kapitoly mapuje důvody a motivace, které vedou k určité aktivitě na sociálních sítích. Téma práce se totiž zaměřuje rovněž na myšlenku očekávání a naplnění cílů. Jednou z teorií, která se zabývá právě touto problematikou, je teorie užití a uspokojení (uses and gratification theory; UGT). Tento přístup navazuje na aktivní využívání technologií a soustředí se zejména na otázku „*Co lidé dělají s médii?*“. Základní předpoklad tedy zní, že publikum aktivně pracuje (vybírá, přijímá, odmítá, sdílí) s médii různými

způsoby podle svých potřeb a přístupy jednotlivců se zdatně různí dle konkrétních specifických cílů, společenských okolností nebo zkušeností [McQuail 2009: 435]. Hovoříme tedy například o motivacích k zakládání profilů na sociálních sítích nebo stahování seznamovacích aplikací. Mnohdy se ani nemusí jednat o primární cíl, pro který byl obsah vytvořen – jedinec spatřuje užití například ve skutečnosti, že díky sledování vysílání bude trávit čas s přáteli. Klíčové je tedy najít a vysvětlit motivaci, která člověka vede k využití určitého média. Někteří lidé mohou za vytoužený benefit považovat množení svých znalostí, jiní emocionální zážitek, další zlepšení sebedůvěry nebo posílení vztahů a uvolnění napětí [Katz, Gurevitch, Haas 1974: 165-182]. Postupem času vykrytalizoval z bádání McQuaila a dalších obecný teoretický rámeč, který slouží k zastřešení poznatků o motivacích publika při používání médií:

- Rozptýlení: únik od všednosti nebo problémů; citové uvolnění
- Osobní vztahy: společenství; sociální užitečnost
- Osobní identita: vhléd do vlastního života; zkoumání skutečnosti; posílení hodnot
- Pozorování: formy hledání informací [McQuail 2009: 435-436].

Teorie se setkala s několika vlnami kritiky. Ta se často opírala zejména o nemožnost vytvářet obecná zjištění díky přílišnému soustředění na individuální rovinu, což vedlo k pouhému výčtu motivací uživatelů. Negativem byla i naivní představa o aktivitě publika, které nevěnovalo plnou pozornost mediálnímu obsahu, jak bylo při zkoumání předpokládáno [Pospíšilová 2016: 72-73]. Dále se zde objevují problémy s přesností terminologie (nejednoznačné užívání pojmů), měřením (rozdílné odpovědi byly chápány jako totožné), logikou (zastoupené odpovědi byly považovány za jediné možné) nebo zanedbáním kontextu [Bertrand, Hughes 2005: 52].

Teorie se od kritiky odrazila v další bádání, které například přineslo rozšířené schéma zaměřující se na požadované benefity (gratifications sought, GS) a takové, které uživatel reálně od média obdrží (gratifications obtained, GO). Dunne, Lawlor a Rowley došli k závěru, že tyto dvě složky jsou vzájemně propojené. Díky tomu, že uživatel na internetu uspokojí své potřeby týkající se například rozšiřování přátelství, managementu identity, zábavy, komunikace, hledání informací nebo interakce s možnými partnery, dosáhne požadovaných cílů. Autoři touto skutečností úspěšně čelí kritice. Stejně tak se v dalším bádání vyrovnávají s připomínkami, které se týkají nesplněného požadavku aktivního

publika – pro fungování na internetu, respektive interakci s obsahem na sociálních sítích, je určitá aktivita nutná [Pospíšilová 2016: 73].

Úkolem této kapitoly bylo představit chápání identity, a to zejména z pohledu symbolických interakcionistů. Z teorií je zřejmé, že identita není výsledkem existence samotného individua, nýbrž jeho interakcí s okolím a pobývání v určité komunitě, která ho silně ovlivňuje. V závislosti na tom člověk aplikuje konkrétní styl jednání. Dle Goffmana a jeho následovníků rozlišujeme základní regiony (přední a zadní), které se vyznačují hraním určité sociální role (ve forbině) a fungováním bez skrývání vlastností nepřístupných pro okolí (v zákulisí). Ve spojitosti se sociálními sítěmi došlo (zejména za přispění Meyrowitze) k rozvoji vnímání středního regionu, pro který je typické prolínání různých druhů publik. Spolu s tím souvisí rovněž změny v chování jednotlivců, kteří si ve virtuálním prostoru vytváří prezentaci své identity s občasnými tendencemi skrývat nedostatky a naopak zveličovat silné stránky nejen po fyzické, ale i mentální stránce. Technologické možnosti spojené s variantou kompletní anonymity (a vystoupení ze středního regionu, ve kterém se jedinci na sociálních sítích často pohybují) nabízí uživatelům vytvářet naprosto nové identity odpoutané od fyzického těla. Tyto alternativní identity mohou sloužit k naplnění určitých motivací, s kterými vstupujeme do virtuálního prostoru a například nechceme, abychom s nimi byli v offline prostředí mezi svými blízkými spojováni. Těmito očekáváními a získanými benefity z aktivity na internetu se věnuje závěrečná část kapitoly.

Tato práce se však nezabývá aktivitami pouze v internetovém prostředí. Stejně tak ve většině případů nelze striktně rozdělovat online a offline svět. Naopak se ve výzkumu zaměřuji rovněž na přechod z virtuálního prostoru do běžného kontaktu v otázce seznamování. Zajímá mě, jak se zmiňovaná očekávání nabytá na sociálních sítích liší od reálně získaných benefity, jaká rizika přináší seznamování online nebo jakým způsobem se odráží přístup k výběru protějšku v offline interakci od toho na seznamovacích sociálních sítích. Z toho důvodu v závěru první části práce popíši propojení těchto dvou prostředí.

7 Vztah online a offline prostředí

Jak lze dle předchozích kapitol vidět, využívání virtuálních sítí nabízí širokou škálu možností. Prezentace naší identity v internetovém prostředí se v některých případech

částečně liší od té v offline prostředí. Můžeme rovněž například komunikovat s menšími zábrany a nižším vědomím zodpovědnosti nebo nacházet partnery pouze na základě sympatií a společných zájmů bez nutnosti předchozích sociálních vazeb. Komunikace přes internet je velmi snadná díky své rychlosti, prakticky všudypřítomnému připojení, nezávaznosti a absenci nutnosti velkých sociálních dovedností. Limity geografie a sociálního statusu jsou v tomto prostředí potlačeny, máme možnost komunikovat téměř s kýmkoliv na světě.

Markéta Šetinová v roce 2018 publikovala studii, která přináší až paradoxní zjištění. Podle jejího výzkumu se navzdory očekávání chování při výběru protějšků na sociálních sítích příliš neliší od toho v offline prostředí. Lidé mají přes všechny možnosti tendenci nalézat sobě podobné partnery – jsou tedy výběrově homogamní. Uživatelé preferují kulturně podobné partnery z toho důvodu, že s lidmi ze stejného kulturního prostředí probíhá snadnější komunikace a mají obdobné návyky pro trávení volného času nebo výchovu dětí. Jedinci se zaměřují rovněž na ekonomickou rovinu, výši dosaženého vzdělání, v určitých lokalitách i etnicitu nebo náboženství [Šetinová 2018: 39-40]. V některých oblastech, jako například u vzdělání, působí ženy vybíravějším dojmem – v praxi to znamená, že například vysokoškolačka s největší pravděpodobností kontaktuje pouze muže s obdobným vzděláním. Oproti tomu muž (vysokoškolák) stejně často kontaktuje i ženy s nižším vzděláním [Šetinová 2018: 44]. Podobný trend spatřujeme i u výzkumů zaměřených na etnicitu uživatelů na seznamovacích serverech, přestože respondenti v úvodních dotaznících uvedli, že jim na etnicitě protějšků nezáleží [Šetinová 2018: 46]. V otázce náboženství nalzáme ve výzkumech menší homogamii při prvním kontaktu než v případě offline seznamování. Tato skutečnost ale může pramenit spíše z faktu, že uživatelé často nechtějí vyplňovat náboženské vyznání do svého profilu nebo se soustředí na specializované servery pro specificky založené lidi. Vztahy navázané online jsou totiž často nábožensky homogamní [Šetinová 2018: 49]. Potvrzení trendu můžeme nalézt i v chování samotných seznámk, které vycítily preference uživatelů v podobných protějšcích a na základě toho vytvářejí propojovací algoritmy a hlavně servery věnované konkrétním skupinám lidí – ať už podle jejich socioekonomické třídy, životního stylu nebo zmiňovaného vyznání. Je však nutné mít na paměti skutečnost, že empirický výzkum párování na internetu je stále v počátcích a stejně tak dochází i k postupnému uvolňování stigmat a bariér ve společnosti. Data a závěry se proto mohou postupem času lišit.

I přes nesporné výhody internetu je nutné zohlednit odvrácenou tvář, tedy rizika a problémy, které může aktivita na sociálních sítích jedincům přinést. Lze hovořit o určitých formách kyberšikany, mezi které patří rozesílání urážlivých nebo zastrašujících zpráv, pořizování audio a video záznamů nebo fotografií s následnými úpravami a zveřejněním. V neposlední řadě se jedná i o odhalování cizích tajemství, provokování, vydírání i krádež identity, která se vyznačuje prolomením zabezpečení profilu nebo e-mailové schránky s následným vystupováním útočníka pod identitou oběti [Kohout, Karchňák 2016: 48]. Tyto praktiky se rovněž týkají i komunikace na seznamovacích sociálních sítích. Zkušenosti a konkrétní problémy, které se dotkly zkoumaného vzorku, budou rovněž zahrnuty ve výzkumu. Další formou častého obtěžování může být stalking, který se v kyberprostoru vyznačuje zpravidla opakovaným, dlouhodobým a stupňovaným pronásledováním ve formě zasílání zpráv, telefonování a prozvánění, opakovaným komentováním a vkládáním příspěvků na sociálních sítích oběti, kontaktováním oběti pod falešnou identitou nebo i monitorováním počítače speciálními programy. Toto jednání má za cíl vyvolat u oběti pocit strachu o své soukromí, zdraví nebo život [Kohout 2017]. Často pramení z frustrace po odmítnutí protějškem, například následkem uskutečnění osobní schůzky. Díky komunikaci na internetu vznikají různé prostředky (například vizuální materiál se sexuálním podtextem) pro vydírání jiných osob v rámci takzvaného kybergroomingu. Tento pojem označuje psychickou manipulaci prostřednictvím technologií, která si klade za cíl získat důvěru oběti, vylákat ji na osobní schůzku a zpravidla sexuálně zneužít nebo fyzicky napadnout. Tato praktika se nejčastěji vyskytuje v rámci sociálních sítí, internetových sezonek nebo messengerů, kde se útočníci trpělivě skrývají za falešnou identitou vykonstruovanou dle vlastností oběti (podobný věk, vzhled, zájmy apod.). Pro průběh je typické vzbuzení důvěry, snaha izolování protějšku od okolí, podplácení dárky nebo penězi, snaha vybudování přátelského vztahu s následným získáním materiálů k vydírání. Postup pokračuje vytvořením emocionální závislosti na útočnickovi, která může vyústit v osobní schůzku a následnou trestnou činnost [Kohout, Karchňák 2016: 49-50].

Informace, které o sobě v kyberprostoru sdílíme, mohou vytvářet naši identitu a tvořit nás rozpoznatelnými pro druhé. To však v určitých případech vytváří i možná rizika. Mnoho uživatelů pro ochranu soukromí aplikuje omezení okruhu lidí, s kterými sdílí své profily, zavádí patřičné zabezpečení účtů nebo jednoduše nesdílí osobní informace, média a plány.

Virtuální sociální sítě ve většině případů nejsou zcela anonymní a naše činnost a způsoby používání mohou být reflektovány i v reálném životě.

Cílem této části práce bylo představit čtenáři virtuální svět a jeho uživatele. Zaměřil jsem se na sociální sítě určené k seznamování osob, zejména na analýzu jejich vývoje, výzkumy spojené s jejich fungováním a stručné představení několika nejvýznamnějších zástupců sítí. Druhý blok se týkal především zkoumané generace, která sítě využívá. Věnuji se v první řadě identitě jedinců, proměně společnosti v rovině vztahů a propojení virtuálního s offline světem. Považuji za důležité, aby čtenář před výzkumnou částí textu měl povědomí o uživateli sociálních sítí, jejich hodnotách, motivacích, stylu života, ale i prostředí, ve kterém se virtuálně pohybují. Z toho důvodu jsou v textu zařazeny nejen praktické informace, ale i sociologické teorie, které jsou důležité primárně k pochopení původu určitého jednání a přístupů.

8 Výzkumná část

8.1 Výzkumné téma

Cílem diplomové práce je zejména popsat seznamování mladých lidí ve virtuální prostředí. Ve výzkumu se zabývám nejen uživateli internetu a jejich identitami, ale i konkrétními sociálními sítěmi a společenským kontextem, který vede k rozvoji tohoto způsobu seznamování. Na základě teoretických přístupů z první části textu se zaměřuji na konkrétní koncepty, které jsou probírány v uskutečněných rozhovorech. Mezi ty patří například interakční regiony nebo homogamie.

Data analyzuji pomocí kvalitativních metod, které by měly vést k zodpovězení výzkumných otázek. Hlavní výzkumná otázka zní: Jak internetoví uživatelé pracují se svou identitou v prostředí virtuálních sociálních sítí? Vymezuji i další dílčí výzkumné otázky:

- Jakým způsobem probíhá sebe prezentace při seznamování na sociálních sítích?
- Jaké důvody vedou k rozvoji seznamování jedinců na sociálních sítích?
- Jakou roli hraje udržování soukromí uživatelů při online seznamování?
- S jakými technikami pro udržování soukromí uživatelé pracují?
- Na jaké aspekty se uživatelé zaměřují při výběru protějšků na sociálních sítích?
- Jakou roli v chování hraje virtuální prostředí při seznamování jedinců?
- Jakou roli hraje kontakt „tváří v tvář“ při seznamování přes internet?
- Jakým způsobem pracují uživatelé se svou identitou před různými internetovými publiky?

V rámci práce jsem provedl polostrukturované rozhovory, které se skládají ze tří základních bloků. První blok se týká pozice internetového seznamování, popřípadě vztahů, ve společnosti. Zjistuji zde, jaké mají lidé důvody a jaké spatřují výhody či nevýhody tohoto stylu seznamování, popřípadě obecné postoje k sociálním sítím mezi lidmi. V dalším bloku se zaměřuji na identitu uživatelů virtuálních sítí. Zkoumám odlišnosti online a offline vystupování, styl chování a určitý management identity, který se promítá v přístupu a sdílení obsahu před virtuálním publikem. Poslední blok se věnuje konkrétnímu seznamování na sociálních sítích. S účastníky zde řeším jejich zkušenosti, způsoby, jakými využívají sítě, a vztah online s offline světem s ohledem na seznamování.

8.2 Metodologie

8.2.1 Výzkumná technika

Jak již bylo zmíněno, zvolil jsem metodu kvalitativního výzkumu prováděného polostrukturovanými rozhovory. Pro tento přístup jsem se rozhodl z toho důvodu, že potřebuji intenzivnější kontakt s informátorem (než při kvantitativní, dotazníkové metodě), abych byl schopný získat relativně nové poznatky, lépe proniknout do kontextu událostí nebo komplexně zachytit podstatu názorů. Zajímají mě také například konkrétní zážitky s protějšky nebo techniky ochrany soukromí, které se lépe popisují při osobním setkání. Dalším důvodem je, že skrz polostrukturovaný rozhovor je možné s jedincem navázat důvěrnější pouto, ze kterého lze vytěžit otevřenější odpovědi. Díky polostrukturované formě je reálné na předpřipravené otázky navazovat doptáváním pro zaznamenání určitých doplnění či vysvětlení. Tento způsob má samozřejmě i své limity. Mezi ty patří především skutečnost, že získané znalosti nelze zobecnit na celou populaci či vztáhnout do jiného prostředí [Hendl 2005: 50-52]. Přesto považuji pro mé účely tuto formu za nejefektivnější. Usiluji především o získání povědomí ve způsobech chování uživatelů uvnitř jejich poměrně osobního prostředí, proto kladu důraz na vytvoření důvěry.

8.2.2 Výzkumný vzorek

Vzhledem k citlivosti tématu jsem kontaktoval osoby, které znám a o kterých vím, že využívají nebo dříve využívaly seznamovací sociální sítě. Následně jsem použil metodu sněhové koule (snowball). Oslovení komunikační partneři mi doporučili další možné účastníky, které jsem později také kontaktoval. Výhodou pro zachování důvěry bylo, když jsem další nominované rovněž znal – pouze jsem například nevěděl o jejich užívání sítí. Právě z tohoto důvodu však existuje i určité riziko, že přede mnou některé skutečnosti mohli skrývat. Přesto se domnívám, že zvolení cizích informátorů by nevedlo k větší otevřenosti. Kritériem pro účast ve výzkumu bylo využívání seznamovacích sítí konstantně a pravidelně alespoň půl roku a věk mezi dvacátým a třicátým rokem. Požadavek na délku používání byl splněn, rozmezí aktivity oslovených lidí se pohybuje od dvou do pěti let. Věkové vymezení jsem zvolil na základě charakteristik jednotlivých generací – v této skupině očekávám relativní podobnost členů, která povede k ucelenějším výsledkům. Rozhraní komunikačních

partnerů se pohybovalo od 22 do 29 let. Všichni informátoři žijí v Praze. Rovněž pro mě bylo důležité, aby jednotlivci užívali sítě primárně k nalezení partnera. Celkově jsem provedl deset rozhovorů s lidmi v genderově vyváženém poměru – pět žen, pět mužů. Toto množství rozhovorů považuji za dostatečné vzhledem ke skutečnosti, že v závěru začalo již docházet k častému opakování odpovědí z předchozích rozhovorů. Všichni účastníci byli obeznámeni se skutečností, že se jedná o anonymní rozhovor za účelem diplomové práce. Z důvodu anonymity neuvádím u citací pravá jména informantů. Pro kontext předkládám tabulku s pseudonymy a sociodemografickými údaji.

Pseudonym	Věk	Nejvyšší dosažené vzdělání	Pracující / student	Sítě využité k seznámení
Barbora	29 let	Středoškolské s maturitou	Pracující	Tinder, Badoo
Jitka	23 let	Bakalářské (studium Mgr.)	Student	Tinder, Badoo, Amatéři
Kristýna	27 let	Magisterské	Pracující	Tinder, Badoo
Pavla	25 let	Středoškolské s maturitou	Pracující	Tinder, Instagram
Tereza	27 let	Vyšší odborné	Pracující	Tinder, Facebook, Instagram
David	24 let	Bakalářské	Pracující	Tinder, Instagram
Jindřich	22 let	Středoškolské s maturitou (studium Bc.)	Student	Tinder, Badoo, Amatéři
Jiří	25 let	Inženýrské	Pracující	Tinder, Badoo
Josef	26 let	Inženýrské	Pracující	Tinder, Facebook
Tomáš	24 let	Bakalářské (studium Mgr.)	Student	Tinder, Badoo, Facebook, Instagram

8.2.3 Sběr dat

Techniku polostrukturovaného rozhovoru jsem zvolil zejména z toho důvodu, že jsem měl určenou hlavní podstatu a cíle studie a nastíněná stěžejní témata, ale byly pro mě důležité individuální zkušenosti a nové formulace. Nechtěl jsem se striktně držet pevné struktury, ani umožnit absolutně volné vyprávění. Stanovil jsem si tedy orientační okruh otázek, soustředil se na klíčová témata a snažil se rozhovor přizpůsobovat aktuální situaci. V případě potřeby jsem pozměnil pořadí otázek, či se doptal na nezmiňované podrobnosti. Rozhovory probíhaly metodou „face to face“ v klidných kavárnách nebo parcích dle preferencí komunikačních partnerů. Všechny rozhovory byly nahrány na diktafon a mobilní telefon, délka těchto nahrávek se pohybovala od 45 do 70 minut. Celkový sběr dat trval přibližně dva týdny a konkrétní rozhovory byly přepisovány v nejkratší možné době po uskutečnění. Všichni informátoři si byli vědomi nahrávání rozhovoru a účelu výzkumu, stejně tak byli ujištěni, že do práce nebudou uvedeni pod svými skutečnými jmény.

8.2.4 Analytický postup

Pro analýzu dat jsem zvolil otevřené kódování dle příslušných témat. *„Otevřené kódování je část analýzy, která se zabývá označováním a kategorizací pojmů pomocí pečlivého studia údajů. Během otevřeného kódování jsou údaje rozebrány na samostatné části a pečlivě prostudovány, porovnáním jsou zjištěny podobnosti a rozdíly a také jsou kladeny otázky o jevech údají reprezentovaných.“* [Strauss, Corbin 1999: 43]. Tento přístup jsem kombinoval s kódováním témat vycházejících z teorií zmiňovaných v první části práce. Operace s přepsanými rozhovory jsem provedl ve specializovaném programu na analýzu kvalitativních dat RQDA. V tomto programu jsem na základě otevřeného a teoreticky zakotveného kódování vytvořil kódy, pomocí kterých jsem označoval určité pasáže rozhovorů. Kódy z teoreticky zakotveného kódování jsem seskupil do kategorií vytvořených dle daných teoretických konceptů.

Kódovací schéma:

a) kódy vytvořené na základě teorií

Forbína, střední zóna a zákulisí – informace sdílené na seznamovacích sítích, otevřenost na internetu, sdílený obsah na sociálních sítích, sebeprezentace, střední zóna, úprava fotografií, vystupování pod odlišnou identitou, zákulisí

Generace Y – generace Y a vztahy, pozice seznamovacích sítí ve společnosti, role sítí v životě, role vztahu v životě, sociální sítě a vztahy, vztah na začátku používání seznamovacích sítí

Homogamie – důležitost národnosti protějšku, důležitost věku protějšku, důležitost vzdělání protějšku

Management identity – ochrana soukromí, ověřování protějšků, rozdíl online a offline chování

Očekávané benefity – důvod k využití seznamovacích sítí, motivace k realizaci schůzky, očekávané benefity ze seznamovacích sítí

Reálně získané benefity - reálné benefity ze seznamovacích sítí, následky využívání sítí

b) kódy z otevřeného kódování

Celková délka používání seznamovacích sítí	Rizika sítí
Důvod k nenavázání kontaktu	Schůzky s uživateli
Negativní zkušenosti ze seznamovacích sítí	Situace ze setkání
Nenaplněná očekávání	Sítě využívané k seznamování
Nevýhody seznamování online	Techniky navazování kontaktů
Offline navazování vztahů	Vhodní lidé pro online seznamování
Offline problémy s uživateli	Využití internetu
Pozitivní zkušenosti ze seznamovacích sítí	Výhody seznamování online
Podoba využívání	Zaměření v posuzování protějšku offline
Propojení na dalších sítích po seznámení	Zaměření v posuzování protějšku online
Přínos sociálních sítí	Způsob objevení sítí

8.3 Analýza

V této části diplomové práce se již zaměřím na analýzu provedeného výzkumu. Text člením na tři základní oddíly, první se týká pozice internetu, potažmo sociálních sítí ve společnosti, ve druhém rozebírám aktivitu uživatelů na internetu, jejich přístup k sociálním sítím a management prezentované identity. V poslední části se věnuji seznamovacím sociálním sítím, zkušenostem uživatelů a kontrastu jejich počínání na sítích s běžným, tedy offline, životem. Témata se snažím navázat na teorie probírané v první části textu. Zejména se opírám o pojetí symbolických interakcionistů zabývajících se komunikací v určitých regionech (forbína, střední zóna, zákulisí), dále o teorii užití a uspokojení nebo homogamii. V závěru textu interpretuji zjištění, pojednávám o limitech a přínosu výzkumu a navrhuji možné náměty pro další bádání.

8.3.1 Internet a společnost

S první částí výzkumu se pojí zejména kategorie kódů s názvem „Generace Y“. Dále využívám tyto kódy: nevýhody seznamování online, offline navazování vztahů, přínos sociálních sítí, rizika sítí, vhodní lidé pro online seznamování, využití internetu, výhody seznamování online.

Všichni komunikační partneři se shodují, že internet je běžnou součástí nejen jejich pracovního, ale zejména i osobního života. S internetem začínají den, kontrolují novinky ihned po probuzení, krátí si s ním cestu do školy nebo práce a někteří ho přímo v zaměstnání používají k pracovním i soukromým účelům. Představuje pro ně svobodu, zábavu, přísun informací i možný zdroj finančních příjmů.

„Internet je dnes už asi pevnou součástí mého života. Prakticky pořád mám u sebe telefon nebo počítač, takže jsem tím pádem pořád online. Už si ani nedovedu představit, jak bych některé situace bez internetu řešil.“ (Tomáš, 24 let)

Hlavní výhody aktivity na internetu vidí informanti zejména v rychlosti komunikace, množství informací, které mohou snadno najít a především geografické nezávislosti. Často uváděli, že díky internetu mohou být v kontaktu s lidmi, kteří jsou fyzicky vzdálení – například bývalí spolužáci nebo přátelé, kteří se odstěhovali do zahraničí. Stejně tak zde mohou narazit na někoho úplně cizího, kdo má stejné zájmy. Uvádějí i vliv na psychickou stránku člověka:

„Zvyšuje ti to sebevědomí – když ti lidé lajkují fotky. Pokud někdo nemá sebevědomí a dá si tam fotku, která se líbí třeba 200 lidem, tak se bude prostě cítit líp.“ (Pavla, 25 let)

„Benefity jsou určitě propojení vzdálenějších lidí, snadnější a rychlejší získávání kontaktů. A taky je tam hromada informací. Já jsem objevil na Facebooku spoustu muziky ještě před tím, než jsem měl Spotify. Nebo i spoustu zajímavých umělců, fotografů a tak. A informace o nějakých událostech a akcích, o kterých bych se třeba ani jinak nedozvěděl.“ (David, 24 let)

Naopak nevýhoda je spatřována zejména v nejistotě. Ta se týká osob, se kterými uživatelé komunikují. Téměř všichni dotazovaní zmiňují možnost, že je protějšek jiný, než jaký se prezentuje. Další riziko komunikační partneři vidí ve ztrátě soukromí a času, odcizení s lidmi v osobní blízkosti nebo krádeži osobních informací. Užívání internetu se podle nich může překlenout až v závislost a způsobuje dopad na komunikaci v offline prostředí:

„Riziko je, že lidé uvidí až moc do tvého soukromí a budou tě hodnotit díky profilu. Třeba jedna holka z práce – nechtěla bych se s ní bavit, protože mi připadala podle profilu namyšlená, ale ve skutečnosti tak hrozná není. Takže k tobě lidé přistupují na základě tvoji prezentace na internetu.“ (Pavla, 25 let)

„Hlavní riziko je podle mě to, že se čím dál více uzavíráme do svoji komfortní zóny. Zdejší komunikace už pomalu nahrazuje tu běžnou a může se stát, že se fakt dostaneme do bodu, kdy nebudeme schopni normálně mluvit, něco vyřídit.“ (Tomáš, 24 let)

Pozice seznamovacích sociálních sítí ve společnosti

Vzhledem k tomu, že aktivita ve virtuálním prostoru je součástí soukromé sféry života jedince, dotýká se i oblasti vztahů. *„Spoustu věcí teď řešíš přes internet a tím pádem se k tomu přirozeně zařadí i seznamování. Věci, které bys dřív dělal osobně, jdou dneska vyřešit online. Je to prostě součást vývoje. Další možnost, jak se seznámit.“ (Jiří, 25 let)*

Z rozhovorů vyplývá, že podle informátorů je online seznamování vhodné pro všechny věkové skupiny. Tato skutečnost se odvíjí od širokého spektra uživatelů sítí. Komunikační partneři v tomto druhu seznamování vidí výhodu pro stydlivé jedince, osoby, které hledají uvolnění a nezávazné schůzky, a zejména pro ty, kteří chtějí něco skrývat – například mají vztah a cítí potřebu být nevěrní.

Informanti se shodují, že aktivita na seznamovacích sociálních sítích je dnes pojímána jako běžný doplněk jiných forem seznamování. Někteří ji v počátcích rozvoje sítí (například před pěti lety) považovali za něco „divného“ („jen tak se sejít s cizím člověkem“ – Barbora, 29 let), ale dnes není v jejich okolí uznávána pouze výjimkami. Připouštějí však, že určitý faktor může hrát i skutečnost, že žijí v Praze a pohybují se převážně mezi stejně starými lidmi.

„Přijde mi, že jsou ve městech lidi těmhle věcem víc otevřený, na vesnici to může být ještě tabu. S lidmi, kteří bydlí ve městech, se o tom v pohodě bavím. Ale když přijedu na vesnici, tak tady mají lidi potřebu si to nějak omlouvat, třeba že měli nějakou slabší chvíli. Dělají, že by do toho normálně nešli, že to je pod jejich úroveň.“ (Jindřich, 22 let)

Samotní komunikační partneři označují mnoho motivů k využití sítí. Mezi ně patří zvědavost, potřeba zabavit se, vliv přátel, kteří aplikace používali nebo zmiňované doplnění ostatních forem seznamování. Někteří uznávají svůj problém se seznamováním „tváří v tvář“ (např. stydlivost) a tuto formu označují za snadnější. Vnímají i nedostatek volného času a internet považují za prostředí, kde je možné potkat někoho ve vhodném věku a s podobnými zájmy.

„Spousta lidí nemá možnost ho někde potkat. Třeba můj případ je to, že dělám na úřadě mezi důchodci, takže tam není možné najít si vhodného partnera. A můj volný čas vypadá tak, že chodím cvičit a tam všechny lidi znám, takže prostě nikoho nového nepotkávám. Ale obecně si myslím, že spousta lidí je líná. Než aby šli mezi lidi, tak radši brouzdají po internetu. Je to pohodlnější a pro někoho i snazší – třeba mají problémy s komunikací, někoho oslovit a tak.“ (Barbora, 29 let)

Za hlavní výhodu tohoto stylu seznamování považují informátoři mimo zmiňovanou pohodlnost a komunikaci z „komfortní zóny“ také rychlost, bezpečnost a možnost setkat se s lidmi, kteří se pohybují ve zcela odlišném prostředí. Stejně tak je možné rozmyslet si své odpovědi a prezentovat se pouze svými pozitivními stránkami.

„Nejsme zvyklí se už seznamovat jako dřív. Největší roli v tom hraje podle mě ta jednoduchost. Prostě stáhneš aplikaci, založíš si účet a jedeš, už se seznamuješ. A nemusíš nikam chodit na party, zvládneš to z domova. Když máš shodu, tak hned vidíš, že se navzájem líbíte, aniž bys musel něco zkoušet.“ (Josef, 26 let)

Za nevýhodu je naopak označována neupřímnost, se kterou souvisí množství nepravdivých informací na sítích. Někteří tento kontakt považují z určitého pohledu za povrchní, přistupují k němu s jistou nedůvěrou. Jsou si vědomi možnosti přikrášlování profilů:

„Vidíš vlastně jenom to, co ten protějšek chce, abys viděl. Takže pak při reálném setkání můžeš být překvapený. Vidiš ten zbytek toho člověka, kterej ti na sítích skrýval a třeba se ti nemusí líbit. Myslím to vzhledově i podle vlastností.“ (Tomáš, 24 let)

„Vlastně vůbec nevíš, jakej ten člověk ve skutečnosti je. To, že se ti líbí na fotce, neznamená, že se ti bude líbit i ve skutečnosti. A že si s ním sedneš, že bude mít stejné zájmy a tak. Dost často se z člověka vyklube někdo zvláštní až při reálném kontaktu.“ (Kristýna, 27 let)

Generace Y a vztahy

Pokud se zaměříme na roli vztahu v životě mých komunikačních partnerů, jedná se téměř ve všech případech o jednu ze základních životních priorit. Jeho váha s přibývajícím věkem často stoupá. *„Dřív jsem to tak nevnímal, záleželo mi víc třeba na kariéře, cestování, zážitcích, ale čím jsem starší, tím víc se to převrací“* (Josef, 26 let). Někteří se bojí, že nezvládnout být ve vztahu po dlouhém období, kdy byli sami. Schůzky, které díky sítím absolvovali a nepovedly se, je od vztahů více odrazují.

Hovoříme-li obecně o životním stylu Generace Y, literatura její přístup ke vztahům považuje za individuální [Generation What? 2018], což se ukazuje i v datech. Informanti své okolí dělí na dvě skupiny – jedna z nich chce nebo má vážný vztah, ta druhá si chce spíše „užívat života“ a nijak se nevázat.

„Záleží na tom člověku. Mám spoustu vrstevníků, kteří chtějí už rodinu. Ale taky mám pár známých, kteří si chtějí užívat, přijde jim, že třicítka nic neznamená. Takže si myslím, že je to hodně individuální. Už to není jako dřív, že by všichni toužili po zázemí, rodině – záleží na každém.“ (Barbora, 29 let)

Přestože se věk, kdy se člověk chce usadit a mít vážný vztah, posunul, někteří připouští, že jejich vrstevníci k tomuto bodu postupem času dospívají:

„Je to hodně individuální, fakt člověk od člověka. Určitě tam jsou nějaký společný vodítka, ale těch skupin lidí je tolik, že to nejde jednoznačně říct. I když možná ve finále všichni hledají něco vážnějšího. Třeba si chtějí ještě teď užívat, ale stejně každému spěje k tomu, že ve finále si chce najít někoho dlouhodobějšího.“ (Jitka, 23 let)

Chování své generace ve vztahu však nehodnotí příliš pozitivně:

„Podle mě v tom nejsme moc dobří. Celkově na tom moc nedokážeme pracovat. Když se něco pokazí, tak si radši najdeme nový vztah, než abychom to spravili. Lidé jsou dnes hodně zaměřeni na sebe a svoji kariéru.“ (Kristýna, 27 let)

Komunikační partneři vnímají značný vliv sociálních sítí na vztahy, a to ve všech třech klíčových stádiích:

a) Navazování vztahu – sociální sítě urychlují proces poznávání protějšku:

„Pomáhají si utvořit názor na protějšek. Dnes je snadné si o druhých najít velké množství informací. Ať již skrz sociální sítě, takže jejich příspěvky, lajkované stránky a přátelé nebo pouhý vyhledavač.“ (Josef, 26 let)

„Když jdeš na rande, tak už víš věci, který bys dřív prostě nevěděl. Díky sítím. Taky si myslím, že jsou díky tomu některé vztahy trochu povrchnější.“ (David, 24 let)

b) Průběh vztahu – sítě mají vliv na rychlost a způsob komunikace, ale zároveň i na sledování aktivity protějšku:

„Podle mě díky nim vzniká spousta hádek. Jednak se lidé míň vidají, protože toho hodně vyřešej přes sítě a nemají k tomu pak ani takovou potřebu. Potom tam hrozí riziko, že se špatně pochopí v té písemné komunikaci, protože je to takový dost plochý. Neslyšíš to zabarvení, tón hlasu, třeba i ironii a nadsázku. No a hlavně tam vidíš, koho si třeba ta tvoje partnerka přidává do přátel, komu lajkuje fotky, kdo lajkuje její fotky nebo jí komentuje příspěvky a z toho může vzejít občas i zbytečný žárlení nebo taková paranoia. Určitě to není příjemný. Nebo když vidíš třeba její fotky s bývalým někde na Instagramu a tak.“ (Tomáš, 24 let)

- c) Konec vztahu – aktivita na sociálních sítích může dle informátorů vést někdy k nevěře a hádkám:

„Můžeš se kdykoliv seznámit s někým jiným a flirtovat. Může to vést k podvádění. Udržet si vztah aby oba byli věrní je v týchle době celkem vzácnost podle mě. Dneska je podvádět mnohem jednodušší.“ (Tereza, 27 let)

„Vždycky ti může napsat holka, se kterou jsi něco měl, a tvoje současná holka ti prostě udělá scénu.“ (Jindřich, 22 let)

„Na sociálních sítích nacházíme spoustu nových lidí, kteří se nám můžou zdát lepší než náš stávající partner.“ (Jitka, 23 let)

Pouze jeden informátor byl při začátku používání seznamovacích sociálních sítí zadaný. V té době ale nechodil na žádné schůzky, hodnocení protějšků bral jako zábavu s kamarády.

Shrnutí

První část výzkumu byla věnována pozici internetu a sociálních sítí ve společnosti. Z rozhovorů je patrné, že pro komunikační partnery je internet pevnou součástí pracovního i soukromého života. Jeho hlavní výhody spatřují v rychlosti, jednoduchosti, množství informací a možnosti kontaktu bez geografické blízkosti. Naopak nevýhodou je výskyt nepravdivých informací, možnost ztráty soukromí a času nebo odcizení s blízkým okolím. Navazování vztahů přes internet považují za součást technologického vývoje a jednu z dalších možností, jak se seznámit. Při tomto stylu seznámení těžší z pohodlnosti, bezpečnosti a širokého spektra uživatelů. Za nedostatek považují nejistotu v otázce způsobu virtuální prezentace protějšků. Přístup ke vztahům zkoumaných osob a jejich okolí je velmi individuální – nachází se mezi nimi lidé toužící po vážném vztahu, ale i jedinci, kteří se nechtějí vázat. Komunikační partneři v oblasti vztahů vnímají zřetelný vliv technologií. Sociální sítě pomáhají v rychlosti komunikace a nabytí informací o protějšku, naopak mohou ale zapříčinit nedorozumění, žárlivost nebo v krajním případě i nevěru.

8.3.2 Identita uživatelů

Vzhledem ke skutečnosti, že se prezentace identity na sociálních sítích oproti offline prostředí v některých případech značně liší, jsem se zaměřil ve výzkumu i na toto téma. Z rozhovorů vyplývá, že ve virtuálním prostoru dochází u uživatelů ke změnám v oblasti chování i vzhledu. Pro druhou část výzkumu jsou důležité kategorie kódů „Forbína, střední zóna a zákulisí“ a „Management identity“.

Sebeprezentace – forbína

Komunikační partneři se shodují na faktu, že se většina uživatelů při sdílení informací ze svého života zaměřuje spíše na své úspěchy a silné stránky. *„Na sociální síť každéj dává jen to, jak je všechno skvělý, sluníčkový, ale když je něco na blbý, tak to už nezveřejněj. Každéj se tam akorát chlubí, co si kde koupil, kde byl na dovolený, jak je to bezva, ale to, že se jim třeba nedaří, to už tam nedaj.“* (Barbora, 29 let)

Dle názorů informantů se uživatelé v některých případech ve svém obsahu částečně přetvařují, nesdílí svůj běžný život, ale život, který by spíše ideálně chtěli prožívat. To znamená, že se ve forbíně snaží určitým způsobem působit na své publikum. Informanti tento přístup k sítím vidí spíše u lidí z širšího okolí, jejich blízcí svou identitu příliš neupravují – pouze nesdílí své neúspěchy. Přikrašlování profilů si všimají rovněž na seznamovacích sociálních sítích. Tento přístup může vést nejen k mylným předpokladům o konkrétních osobách, ale například i psychickým problémům uživatelů sítí. *„Lidi si myslí, že to, co vidí na sítích, je pravda a všichni se mají skvěle. Pak se s tím srovnávají a mají třeba deprese.“* (Kristýna, 27 let)

Sebeprezentace uživatelů se mění se záměrem, s kterým do konkrétního prostředí přichází a zejména i s publikem, se kterým na daném místě komunikují. V případě, že se vyskytují ve střední zóně, není možné se příliš odchýlit od vystupování v offline prostředí vzhledem ke složení publika. Na seznamovacích sociálních sítích však často komunikují s neznámými protějšky, proto si mohou částečně zvolit svůj způsob chování:

„Baví mě i to, že tě ten člověk vůbec nezná a ty se nemusíš chovat podle těch škatulek, ve kterých tě maj tvý známí. Neříkám, že si musíš hrát úplně na někoho jiného, ale třeba s ním řešíš jiný věci a je jen na vás, jaký si o sobě uděláte obrázek.“ (Tereza, 27 let)

Mohou například přistoupit na „hru“ protějšku. Tedy způsob jeho komunikace. K tomu dochází například v situaci, kdy již v kontaktu nespátřují potenciál vztahu, ale přesto chtějí pokračovat v komunikaci.

„Svoji konverzaci jsem pak trochu přikreslovala. Právě jsem dělala, že jsem v pohodě, že mi nevadí, že je úchyl, měla jsem s nimi poměrně zvrhlé konverzace, i když jsem věděla, že na tomhle prostě nechci mít postavený vztah, který hledám. Když mi začali psát nějaký zvrhlosti a naznačovali, že nechtějí mít vztah, tak já tu hru hrála s nimi – že vlastně taky nechci vztah. Pak jsme se třeba nějak sešli a já stejně pořád čekala, že z toho něco bude. V tomhle jsem lhala.“ (Pavla, 25 let)

S komunikací v internetovém prostředí a virtuální prezentací identity úzce souvisí i míra otevřenosti uživatelů sítí:

„Myslím, že si víc dovolej. Jestli je to upřímnost nebo drzost, to nevím. Maj pocit, že jsou schovaní. Nemusí čelit následkům, jako by to bylo „tváří v tvář“. Můžeš něco napsat, pak to zavřít a máš klid bez nějakých reakcí.“ (David, 24 let)

„Neboj se napsat to, co si myslíš, ale nejsou upřímnější, protože tam právě dělají, že jsou někdo jiní. Ale když s nimi třeba řešíš nějaký problém, tak ti otevřeněji popíší ty svoje pocity, než když se jich na to zeptáš, protože mají možnost si to promyslet a nějak to lépe zformulovat. Protože nejsou v přímém kontaktu a mají čas na přemýšlení. Takhle vidí tvoji zprávu, nemusí odepsat hned, promyslí to, proberou to třeba s dalšíma lidma a pak teprve ti na to odepíší.“ (Pavla, 25 let)

Lze pozorovat určitou odlišnost mezi komunikací s člověkem známým z offline prostředí a se zcela cizím uživatelem sítí:

„Asi záleží, s kým komunikuješ. Pokud to je blízký člověk, s kterým se vidáš v normálním životě, tak nemáš úplně prostor na nějaký pohádky. Ale samozřejmě třeba při hádkách si dovolíš víc, je to snadnější a cítíš se tak nějak v bezpečí. Jestli je to ale nějaká seznamka nebo chat, tak se tam třeba lidi víc otevrou v nějakých svých fantaziích, protože je ten protějšek nezná a třeba ani nemá v plánu se s ním setkat. Zároveň nejsou zatížení nějakou svojí sociální pozicí, díky které k nim přistupují lidi určitým způsobem. Z týchle pozice si třeba v reálu nedovolí vyjadřovat nějaký svoje myšlenky a tak.“ (Tomáš, 24 let)

Na předstírání určitého dojmu navazuje možnost vystupování pod odlišně prezentovanou identitou. Informátoři potvrzují, že protějšky na sítích klamou v oblasti

vzhledu i stylu života. K tomuto zjištění nejčastěji dochází při osobní schůzce, tedy průniku do zákulisí. V případě, že se v offline prostředí protějšek značně negativně liší od své prezentace na sociálních sítích, jedná se podle informantů o důvod k přerušení kontaktu, který je odůvodňován argumentem, že *„když už mají potřebu lhát v tomhle, nemá smysl se s nimi dál bavit.“* (Barbora, 29 let).

Odpovědi z rozhovorů naznačují zkušenosti s odlišnou prezentací identity ve virtuálním prostoru (od offline podoby) zejména ve třech oblastech: zaměstnání, vzhled a vztah.

- a) *„Jeden tvrdil, že dělá architekta nebo designéra, pak jsem si to zjistila v práci a viděla jsem, že dělá malíře pokojů“* (Barbora, 29 let)
- b) *„Jednou jsem se tam setkala s klukem, který tam uváděl výšku stejnou, jako mám já. Pak když jsme se viděli, byl o hlavu menší a už tahle věc mě zarazila“* (Jitka, 23 let)
- c) *„Třeba když chceš podvádět. Někoho najdeš, zaflirtuješ si. Pro někoho je podvádění už i to, že si s někým píšeš. Vytvoříš si profil a vystupuješ jako někdo jinej. Máš takovej druhej svět – reálný a nereálný. Píšeš si, ten člověk tě vůbec nezná. Můžeš si cokoliv vymyslet, seš nejlepší – jakej chceš, i když na to reálně nemáš tu sílu, být takovej. Ani si nevymýšlíš, v tom světě to bereš jako že je to pravda, asi tomu i věříš. Přilepšuješ se. Takhle se mi stalo, že jsem po několika měsících randění zjistila, že ten kluk má doma rodinu a potřeboval si akorát odpočinout touhle aplikací. Vidala jsem se s ním, sliboval mi různý věci, ale ve výsledku se stejně vrátil domů.“* (Tereza, 27 let)

Zákulisí

Jak již bylo řečeno, osobní schůzka často odkryje vlastnosti, které jsou při sebezprezentaci na sociálních sítích skrývány. Jedná se o takzvaný vstup do zákulisí jedince, tedy do prostředí, kde dává najevo svou přirozenou povahu a vzhled bez možnosti úplného předstírání klamavého dojmu. Dle výpovědí komunikačních partnerů působí negativní překvapení jisté zklamání, mají náhle pocit, že s protějškem ztráceli čas a odradí je to nejen od dalších setkání, ale někdy i kompletního používání aplikací. Při takovém průniku do zákulisí pak může docházet k nepříjemným situacím, jako například těmto:

„Třeba jsem si psala s klukem přes nějakou seznamku, hrozně vypisoval, a když jsme se pak střetli face to face, tak prostě mlčel.“ (Barbora, 29 let)

„Stalo se mi, že v reálu měla ta holka tak o 30 kilo víc, než na fotkách.“ (Jiří, 25 let)

„Někteří byli potom třeba totální psychopati.“ (Kristýna, 27 let)

„Třeba si s někým píšeš, je v pohodě, vtipnej, ale pak když se vidíte, tak zaprvý vypadá jinak a za druhé už jak nemá čas si ty své odpovědi rozmyslet, tak už třeba ani tak vtipnej není a nemáte se o čem bavit. V reálném kontaktu jsou rozhození, když na ně něco vybalíš a musí rychle reagovat.“ (Pavla, 25 let)

V offline interakci si informanti všimají odlišností v chování i u svých známých. Vzhledem ke skutečnosti, že jsou na sociálních sítích propojeni s lidmi z odlišných sfér svého života, dochází k zaznamenání rozdílů nejen při setkání s přáteli, ale například i při interakci s kolegy nebo klienty v zaměstnání:

„Ted' jsme měli setkání v práci pro influencery. Přišla tam holka, která vůbec nemluvila. My jsme jim na začátku řekli, ať se představí a právě ona nebyla schopná něco říct. I na moje otázky odpovídala dost zvláště a bojácně. Potom jsem se jí ale podívala na Instagram a ona tam měla nahrané úplně nadšené video, kde říkala, jak je na skvělé akci a nějaký sebevědomý řeči.“ (Pavla, 25 let)

„V bývalý práci jsem měla třeba holku, která nonstop brečela a pořád byla celá zkroušená, ale potom podle fotek na Instagramu by sis myslel, že je úplně namyšlená. Ačkoliv ve skutečnosti byla totálně uťáplá.“ (Jitka, 23 let)

„Jednou jsem byla s kamarádkou ve Vídni a ona akorát řešila, co přidat na Instagram, natáčela videa o tom, jak je to tam skvělý a pak když to vypla, říkala, že je tam nuda.“ (Kristýna, 27 let)

Přestože komunikačním partnerům není odhalení negativních vlastností u protějšků příjemné, sami přiznávají, že existují určité situace, kdy považují za vhodné na sociálních sítích něco skrývat. Pokud si jsou vědomi nějakých svých subjektivně slabých stránek, snaží se jim při sebe prezentaci vyhnout. *„Třeba takový ty slabiny, jakože plešatím. Tak tam mám starší fotky nebo s čepicí. To jsou citlivý věci.“ (David, 24 let)*

I když informátoři nepovažují svůj obsah sdílený na sociálních sítích za vzdálený od offline podoby, pouze jeden z nich nevyužívá fotografické filtry. Většina však uvádí, že se snaží spíše vylepšit samotnou fotografii. Jedna informantka využívá filtry cílené na vyhlazení vrásek.

Připouštějí, že existují situace, kdy je lepší skrývat svou identitu, protože by je jejich chování mohlo v offline životě poškodit. Anonymitu vítají v situacích, kdy nemají v plánu offline kontakt a nechtějí, aby jejich chování na síti bylo spojováno s jejich osobností. V tomto případě je jejich zákulisím právě prostředí konkrétní sítě. Bojí se možného ohrožení a ponížení v pracovním i soukromém životě. Dalším argumentem je, že „*tyhle identity používaj i z toho důvodu, že jakoby nechtěj obtěžovat svoje okolí nějakyma oplzlostma a ty svý potřeby si vybijou na místech, který jsou tomu tak nějak určený.*“ (Tomáš, 24 let)

„*Třeba v diskuzním fóru je potřeba trochu skrýt svoji identitu, protože všechny data na internetu jsou velmi snadno dohledatelná a může se to vymstít. Například na Amatérech nemám o sobě žádné informace, abych nebyla snadno dohledatelná, ale můžu se tam chovat tak jako v normálním a běžném životě ne. Moje okolí mě má za slušnou holku, která prostě je taková nevinná a na Amatérech se můžu odvázat a ukázat vlastně to, co doopravdy chci, ale nechci to ventilovat před svými známými.*“ (Jitka, 23 let)

V prostředí Facebooku pouze jeden komunikační partner nemá uvedené své celé jméno. K tomuto kroku se uchýlil kvůli ochraně soukromí a složitějšímu dohledání:

„*Já třeba taky nemám svoje celé jméno na sociálních sítích. Přitom vystupuju sám za sebe, jenom tam prostě nemám celé svoje jméno. V době, kdy jsem to nějak řešil, tak jsem byl asi taky trochu paranoidní. A přijde mi, že nepotřebuju, aby si mě každej dokázal dohledat podle jména. Já tam teda mám hodně malou změnu. Ale přijde mi to takhle v pohodě, přijde mi, že není nutný tam dávat o sobě všechny informace – i tak je ta digitální stopa prostě velká.*“ (David, 24 let)

Informanti rovněž dokáží možnosti anonymity využít například k vytvoření falešného profilu při pochybnostech – v případě, že se snaží potvrdit nějakou domněnku.

„*Myslím si, že je vhodný založit falešný profil, když třeba potřebuješ odhalit nějaký podvod. Já jsem to třeba udělala v práci. My tam nesmíme prodávat věci, které dostaneme. Já jsem věděla, že je někdo prodává, takže jsem si udělala jinej profil, abych tomu člověku napsala, jestli mi je prodá – abych zjistila, že je prodává on. Nebo třeba pro odhalení nevěry.*“

Třeba si nějaká holka udělá jinej profil a píše svému klukovi, aby zjistila, jestli odepíše té smyšlené holce.“ (Pavla, 25 let)

Při komunikaci na síti tedy občas dochází ke vzniku mylných představ (a nabytí konkrétních nepřesných informací), které jsou následně při kontaktu „tváří v tvář“ vyvráceny – uživatel má náhle komplexní náhled na daného člověka a vidí i ty vlastnosti, které jsou na síti skrývány (často ty vnímané jako špatné). Zjistí, že při bezprostřední komunikaci má protějšek jiný smysl pro humor, není schopný pohotově reagovat a zkrátka si s ním nerozumí. *„Samozřejmě se muže stát, že si neseďneš s tím člověkem, třeba jsem se mu nelíbila. Ale tohle – jediný, co mi za celou dobu řekl, bylo "jdu se vychcat".“ (Barbora, 29 let)*

Rozdíly v sebe prezentaci jsou patrné rovněž v souvislosti s fyzickou stránkou, zejména v otázce výšky a váhy. Naopak ale mohou protějšky i překvapit – při kontaktu z nich vyzařuje charisma, které nebylo možné na síti poznat. Některé uživatele například nebaví příliš komunikovat online a při osobním setkání jsou jejich schopnosti lepší.

„Občas jo. Párkrát ty holky vypadaly naživo znatelně hůř. A hlavně na některých bylo znát, že je pro ně nekomfortní, že si nemůžou promyslet svoje odpovědi. Byly takový zamlklý, trvalo, než se rozmluví. Našly se ale i holky, které mě příjemně překvapily. Zejména v té komunikaci.“ (Josef, 26 let)

Ověřování uživatelů

Až na jednoho uživatele (nemá to podle něj smysl, člověk může lhát na všech sítích současně) se všichni komunikační partneři snaží ověřovat informace, které od protějšků na sociálních sítích získají. K tomuto ověřování dochází často ve chvíli, kdy začínají přemýšlet o setkání nebo dojde ke sblížení a pravidelnější komunikaci. Pokud zjistí, že protějšek v něčem lže nebo se ve své prezentaci výrazně vzdaluje od offline vystupování, často ukončují kontakt, protože dojde k narušení jejich důvěry a nemají chuť navazovat s takovým člověkem vážnější vztah.

Způsoby a míra ověřování se různí. Nejčastější formou je zadání jména do vyhledávače Google nebo Facebook:

„Když na Facebooku napíšeš nějaký jméno a školu, tak ti vždycky vyskočí pár lidí a jedna z nich je většinou ta, s kterou komunikuješ na Tinderu. Na Tinder 90 % lidí nedává jiné fotky, než na ostatní síť. A to je přesně to základní vodítko k dohledání člověka. Projedeš si jejich pět fotek, napíšeš ji do Facebooku a jedna z těch pěti fotek bude pravděpodobně její profilovka.“ (Jiří, 25 let)

„Ověřuju si přímo toho člověka. Třeba mi psal na Facebooku jeden kluk, že se mu líbím a jestli nepůjdeme ven. Tak jsem se podívala na jeho profil, tam byl jenom on, ale pak jsem našla i fotky, na kterých byl označený někým jiným a byl tam se svojí holkou. Takže takhle si prověřuju, s kým tam má fotky a tak. Je to pro mě důležitý, než se s někým setkám.“ (Pavla, 25 let)

Dva informátoři využívají svých pracovních možností a kontaktů. Zadávají jména protějšků do systémů v zaměstnání a prověřují v databázích, zda například nemají dluhy, neprošli nějakým vážným vyšetřením či léčením, nebyli ve vězení nebo jestli opravdu pracují v zaměstnání, které zmínili.

„Dělám na úřadě a to, co mi nějaký kluk na seznamce řekne, tak si prověřím v databázích. Jinak bych s ním nikam nešla. Musím o něm vědět informace, abych v klidu někam šla. Třeba jestli nemá vyšetření kvůli psychickým nemocem, jestli nebyl ve vězení, tohle tam všechno vidím. Když se mi tady něco nezdá – třeba tvrdí, že dělá v nějaký firmě a já pak zjistím, že to vůbec nedělá – tak ukončuju kontakt.“ (Barbora, 29 let)

„Kamarádi pracují třeba na úřadech, takže když potřebuju něco ověřit, pomůžou mi skrz jejich databáze. Ale v mém případě je špatné to, že důvěřuju lidem. Takže když je беру podle sebe a myslím si, že já bych toho nebyla schopná, tak to беру tak, že ani oni. A to je špatná vlastnost. Myslet si, že každý člověk říká pravdu. Tak to není. Ověřuju si, jen když začnu mít pochybnosti.“ (Tereza, 27 let)

Obsah sdílený na sociálních sítích – management identity

Z rozhovorů plyne, že vzorek informátorů při sdílení obsahu na sociálních sítích využívá nástroje pro management identity, jako je skrývání příspěvků nebo uzamykání

profilů. Všichni přemýšlí nad ochranou soukromí, často se snaží zabránit neplánovanému vstupu jiné osoby do svého zákulisí, tedy prostředí, kde neukazují konkrétní prezentovanou identitu. Z toho důvodu nesdílí například adresu bydliště nebo zaměstnání, telefonní kontakt či aktuální polohu. „*Obecně bych řekl, že obsah, co přidávám, je takovej dost nezávadnej, ale třeba by mi vadilo, kdyby někdo cizí viděl, kde se právě teď nacházím. Občas třeba vyfotím nějakou fotku a dám ji na Stories až s určitým časovým odstupem, třeba když už jsem někde jinde.*“ (Tomáš, 24 let)

„*No určitě nezveřejňuju nic, co by se dotýkalo třeba mojí rodiny nebo mě samotného. Dávám si pozor, abych nikde neměl vidět údaje, jako třeba rodný číslo, letenky, čárový kódy u vstupenek a tak. Samozřejmě nepořizuju ani žádný nahý fotky, myslím si, že jak se jednou tohle dostane na internet, tak už se toho nikdy nijak nezbavíš.*“ (Jindřich, 22 let)

Na sociální sítě, jako je Facebook nebo Instagram, nepřidává většina zkoumaných jedinců příliš mnoho obsahu. Z pravidla se jedná o několik fotografií, popřípadě výrazné úspěchy. Spíše využívají sítě pro komunikaci přes Messenger a sdílení svých zájmů. Jedná se například o propagování kapely, předvádění fotografického portfolia, případně ve výjimečných chvílích komentování politické situace:

„*Třeba na Facebook nedávám nic osobního. Ani fotky, ty tam mám jenom s kapelou. Možná jedna nebo dvě z nějaký party, kde mě někdo označil. Ale já tam moc fotky nedávám. No a rozhodně nikam nedávám třeba datum dovolený, kdy odjízím a přijíždím. Nepíšeš do Stories „ahoj, přijedu za tejdén“. Ještě třeba s otevřeným profilem. Na to bych si dával v dnešní době fakt pozor. Vždyť v dnešní době už ti nejdou prostě vykrást banku s pistolí. Vykradou ti účet elektronicky. A takhle je to se vším.*“ (Josef, 26 let)

„*Není nutný na sociálních sítích být absolutně otevřený ve svém osobním životě. Ani si nikam nepřidávám vyloženě svoje fotky, spíš třeba když mě někdo označí, tak to schválím a jsem s tím v pohodě. Spíš tam dám fotky, který sám vyfotím. Třeba na Instagram, když se mi fakt líbí. Tam mám otevřený profil a snažím se to skrz hashtagy dostat co nejvíc ven. Ale třeba když jsem měl potřebu se k něčemu veřejně vyjádřit, naposledy k volbám, tak jsem svůj názor sdílel. A doufal jsem, že trochu ovlivním lidi, kteří o tom nic neví. Měl jsem nějaký ambice v tomhle. Měl jsem určitý rozpoložení a byla taková situace, kdy jsem měl pocit, že je potřeba být občansky aktivním. Takže fakt míra mého sdílení záleží na tématu a okolnostech, ale určitě nějaká hranice existuje.*“ (David, 24 let)

Střední zóna

S ohledem na střední zónu, tedy prostředí sociálních sítí, kde se prolínají určitá publika (Facebook, Instagram), pracují uživatelé v první řadě s nastavením soukromí příspěvků. Případně si dávají pozor na čas sdílení, aby jim příspěvek přidaný například v pracovní době nezpůsobil komplikace v offline životě. Často sdílí pouze obsah, o kterém jsou přesvědčeni, že je vhodný pro všechny přátele. Popřípadě obsah před určitými uživateli skrývají.

„Já nesdílím skoro nic a půlku věcí před někým skrývám, protože nechci, aby mi to narušovalo moje soukromí.“ (Jitka, 23 let)

„Na Facebooku mám nastavený okruh lidí, který uvidí moje příspěvky. Takže soukromí nastavené pouze na mé přátele. Instagram mám taky soukromý – příspěvky vidí jen ti, komu jsem schválila sledování.“ (Barbora, 29 let)

Management identity je v tomto případě poměrně složitý a propracovaný, protože v seznamech kontaktů se nachází nejen přátelé, ale často například i rodina nebo pracovní kolegové.

„Mám na sociálních sítích své rodiče, takže tam prostě nesdílím ty věci, které nechci, aby oni viděli. Nebo ani nesdílím to, co nechci, aby viděl někdo z práce. Prostě sdílím jenom to, co si myslím, že je vhodné pro všechny. Nebudu tam třeba dávat, jak se někde válím opilá.“ (Kristýna, 27 let)

„Určitě když jsem třeba v práci, tak si tam nedávám něco ve smyslu, že se tam nudím. Přemýšlím i o tom, abych tam nedala něco obnaženého, to by se nemuselo líbit rodičům nebo příteli.“ (Pavla, 25 let)

„Co se týče zaměstnavatele, tak nad tím přemýšlím. Ani ne tolik nad obsahem příspěvku, jako třeba nad časem, kdy to sdílím. Abych třeba nebyl v práci a přitom zveřejňoval příspěvky na Instagramu. To mi přijde takový blbý. Případně kdybych řekl, že potřebuju volno, abych si skočil třeba na úřady a dával pak fotky odněkud z dovolený.“ (David, 24 let)

Informace sdílené na seznamovacích sociálních sítích

Přístup ke sdílení obsahu na seznamovací sociální sítě se liší zejména z toho důvodu, že uživatel prezentuje svou osobnost za účelem najít partnera a zároveň necílí primárně na své známé, ale spíše cizí potenciální protějšky. Kromě fotografií, jména a věku někteří informátoři zveřejnili rovněž své zájmy nebo vzdělání, popřípadě propojili účet s dalšími sítěmi (Spotify, Instagram). V případě zveřejněných fotografií se často jedná o výběr ze sdílených na Facebooku nebo Instagramu.

„Seznamky se od jiných sítí liší hlavně v těch fotkách. Na Tinder dávám fotky sebe a nějaký svůj popis. To třeba na Facebooku nebo Instagramu téměř nemám. Ale to je daný tím, jak to funguje.“ (Jindřich, 22 let)

„Podle mě na seznamovací sítě nepatří skoro nic. Myslím si, že je rozumný tam mít nějakou fotku a školu. To ve výsledku úplně stačí. Případně třeba, že nemáš jednu nohu nebo něco takového, to by tam možná mělo být. Ale nic jiného bych tam nedával, vždyť jako pro lidi, kteří se tam chtějí seznámit na vztah, tohle stačí. Ve výsledku v pár větách poznáš, jestli to půjde nebo ne.“ (Jiří, 25 let)

„Uvádím tam třeba zájmy, fotky, jméno, věk. A mám to propojené se Spotify, aby ti kluci viděli, jaký mám vkus. I s Instagramem.“ (Kristýna, 27 let)

Shrnutí

V druhém bloku výzkumu jsem se zabýval virtuální prezentací identity uživatelů sociálních sítí, jejich přístupem ke sdílení obsahu, ochraně soukromí a ověřování protějšků. Komunikační partneři se shodují na skutečnosti, že se podstatná část lidí neprezentuje na sociálních sítích stejně jako v offline prostředí. Ve většině případů uživatelé sdílí pouze své úspěchy a silné stránky (forbína), naopak se snaží potlačit sdílení špatných zážitků a neúspěchů (zákulisi). Někteří jedinci ale ve virtuálním prostoru (zejména na seznamovacích sítích) při své sebereprezentaci kompletně mění svou osobnost. Podle zkušeností informátorů si vymýšlí nebo zdůrazňují silné stránky a skrývají slabiny. Společně s tím mění způsob své komunikace, jsou otevřenější a dovolí si chování, které by v offline interakci považovali za nemožné. K odhalení odlišností od běžného chování dochází zejména při vstupu do zákulisí uživatele. Nejčastěji se tak stane při osobní schůzce, z které může pramenit překvapení nebo až zklamání. Odlišnosti se týkají nejen fyzické stránky, ale i chování, povahy nebo způsobu

komunikace. Díky jinému online a offline vystupování mohou skrývat například i své skutečné zaměstnání nebo partnera, tedy internetovými možnostmi vytvářet zákulisí. Vzhledem k sílící nedůvěře a pro předejití zklamání používají komunikační partneři určité nástroje na ověření sdílených informací internetových protějšků. Jména kontaktů ze seznamovacích aplikací po rozvinutější komunikaci zadávají kvůli obavě z odlišností do různých vyhledávačů, v krajních případech pro odhalení zákulisí zneužívají své pracovní možnosti. Z rozhovorů vyplývá, že informátoři rovněž využívají možnosti anonymity. Vytvářejí alternativní identitu (odlišnou od té své) v situacích, kdy nechtějí být spojováni se svým chováním na konkrétní síti nebo se například snaží ověřit určité počínání svých známých.

Informanti v otázce sdílení obsahu na sociálních sítích hovoří zejména o obezřetnosti. Dávají si pozor, aby obsah nenarušoval jejich soukromí, nezpůsobil jim problémy v osobním ani pracovním životě nebo nepohoršil a neohrozil jejich blízké okolí. Ve většině případů nesdílí na sociálních sítích velké množství informací (spíše pouze několik fotografií, popřípadě „Stories“), zaměřují se na oblast svých zájmů, kterou se snaží propagovat. Četnost sdílených příspěvků například na Instagramu se samozřejmě liší, existuje zde však jistá podobnost v ochraně profilů. Používají nástroje pro nastavení soukromí příspěvků, jsou si vědomi promíseného publika na sociálních sítích, proto například některý obsah pro konkrétní osoby skrývají. Své profily na seznamovacích sociálních sítích uzpůsobují danému účelu. Kromě fotografií a věku někteří přidávají také informace o svých zájmech nebo vzdělání.

8.3.3 Komunikační partner jako uživatel sociálních sítí

Do této závěrečné části výzkumu patří kódy z kategorií „Homogamie“, „Očekávané benefity“ a „Reálně získané benefity“. Dále pracuji s těmito kódy: celková délka používání seznamovacích sítí, důvod k nenavázání kontaktu, negativní zkušenosti ze seznamovacích sítí, nenaplněná očekávání, offline problémy s uživateli, podoba využívání, pozitivní zkušenosti ze seznamovacích sítí, propojení na dalších sítích po seznámení, schůzky s uživateli, situace ze setkání, síť využívaná k seznamování, techniky navazování kontaktů, zaměření v posuzování protějšku offline, zaměření v posuzování protějšku online, způsob objevení sítí.

Odpovědi mých komunikačních partnerů podporují myšlenku, že seznamování na sociálních sítích není v dnešní době považováno za něco neobvyklého, naopak se jedná o pohodlnou mainstreamovou variantu pro seznámení, která byla zapříčiněna technologickým vývojem. Účastníci výzkumu se při výběru aplikací příliš nelišili od obecných trendů – všichni využívali síť Tinder a více než polovina aplikaci Badoo. Informátoři konkrétní sítě většinou objevili skrz své přátele, ve dvou případech je začali používat díky článkům v médiích. Vyskytly se dva případy, kdy se informanti zaměřovali na specificky zaměřenou sociální síť, konkrétně erotický server Amatéři. V tomto prostředí však nevystupovali pod svým jménem, naopak se jednalo spíše o jejich zákulisí, které nechtěli spojovat s běžným vystupováním ve svém okruhu blízkých lidí.

Někteří informátoři hovořili také o variantě seznámení na Facebooku a Instagramu. V případě Facebooku se jedná spíše o propojení přes společné známé nebo na základě účasti na stejné události v offline životě:

„Na Facebooku to taky jde, ale tam jsem spíš napsal kamarádce mojí spolužačky, kterou jsem jednou už viděl dřív. Už to není takový, že by sis někoho přidal do přátel a začal si psát. Není to tak běžné jako dřív. Dneska tuhle roli převzal trochu Instagram. Zním i lidi, kteří tam někomu napsali a jsou teď spolu.“ (Josef, 26 let)

Se seznamováním na Instagramu se pojí určité techniky, které jsou odvozené od funkcí samotné aplikace:

„Třeba na Instagramu je to jednoduchý v tom, že pokud se ti někdo líbí, tak mu lajkneš třeba deset fotek a on si řekne „ty jo, kdo mi lajknul deset fotek?“ a podívá se na tebe spíš, než když mu lajkneš jenom jednu. A ty když se mu líbíš, tak ti jich lajkne taky víc. Pak se zase vrátíš na jeho profil, lajkneš jich víc, on zas lajkne pár na zpět a pak už máte důvod k tomu začít si psát.“ (Pavla, 25 let)

„Začal jsem ji sledovat na Instagramu, ona mě taky, pak mi napsala reakci na mojí Story a tak týden na to jsme se už sešli.“ (Tomáš, 24 let)

Frekvence využívání seznamovacích aplikací není u mých komunikačních partnerů stálá. Využívají je spíše po vlnách. Po několika měsících je aktivita často omrzí nebo mají špatný zážitek ze schůzky, takže aplikace smažou a nepoužívají je. Po určité době mají opět potřebu se seznámit a znovu aplikace stáhnou. Existuje ale mnoho dalších důvodů pro

obnovení využívání. Často souvisí s aktuálně očekávanými benefity – může se jednat například i o potřebu rozptýlení nebo učení cizího jazyka. Čas na seznamovacích sítích informanti tráví pouze v případě, kdy je někdo zaujme a aktivně s ním komunikují. V ostatních případech spíše „swajpují“ (tedy hodnotí protějšky) – například v situaci, kdy se nudí, cestují nebo se tím baví s kamarády. Intenzivnější konverzace s konkrétním jedincem může rovněž vést k předání dalšího kontaktu a přesunutí na odlišnou aplikaci.

„Já to používám tak nějak po vlnách. Vždycky si to stáhnu, s někým se sejdu a smažu si to. Protože to byla třeba hrozná schůzka a nechtěla jsem, aby mě ten dotyčný kontaktoval. A po nějakém čase jsem to zase nainstalovala a pořád takhle dokola. Vždycky si s někým začnu psát – vždycky je to jenom jeden, pak se s ním sejdu a buď jo, nebo ne. A když to nevyjde, tak to zase uraženě smažu.“ (Barbora, 29 let)

„Píšeme si tam chvilku a po nějaký době si třeba vyměníme číslo a píšeme si přes WhatsApp. Vadí mi, že by mě tam kontaktoval zas někdo další mimo toho jednoho, s kterým si chci zrovna psát. Nerozjiždím to s více lidma.“ (Tereza, 27 let)

„Záleží, jestli si tam s někým aktivně píšu. Když ne, tak třeba jen před spaním swajpuju, ale když se o někoho zajímám a už to je zábavná konverzace, může to být denně v součtu třeba hodina, klidně dvě.“ (Josef, 26 let)

Oslovení uživatelé považují seznamovací sociální sítě ve většině případů za pouhé doplnění ostatních cest k seznámení, či další možnost k navázání kontaktu. Jejich postoj ke komunikaci i výběru se často podobá tomu v běžném – tedy offline – seznamování. Ve způsobech seznámení však existují jisté odlišnosti. Offline posouzení protějšku je komplexnější, lze vidět i určité zákulisní vlastnosti, tedy ty, které jsou na síti skryté. Oproti tomu online výběr je rychlejší a snadnější (v zisku kontaktů, oslovení). Vzhledem ke skutečnosti, že by nalezení protějšku na síti podle nich mělo časem stejně vést k seznámení „tváří v tvář“, se přístup při obou formách hledání příliš neliší:

„Já v tom pořád nevidím úplný rozdíl. Stejně je to jenom o tom oslovení. Když to vezmeš v rámci celého vztahu, tak je to o tom, že ji tam jenom oslovíš a už pak někam jdete a je to stejný, jako v normálním životě. Takže buď ji oslovíš někde v baru, zjistíš, že je divná, tak jdeš na panáka s někým jiným, nebo ji oslovíš tady, někam jdete, koupíš jí kafe, a když to

nevyjde, jdeš případně za tejdén s někým dalším. Nevidím v tom takový rozdíl. Je to prostě další možnost, jak se seznámit.“ (Jiří, 25 let)

Očekávané a reálně získané benefity

Očekávané benefity

Přestože pro některé byla prvotním impulzem k zaregistrování na seznamovací sociální síť spíše zvědavost, zábava nebo se jednalo o prostředek k zahnání nudy, postupem času se všichni informátoři dostali do bodu, kdy se chtěli cíleně seznámit a potkat někoho nového. Motivace a očekávané benefity uživatelů se mohou samozřejmě v průběhu používání částečně měnit. Kromě nejrozšířenějšího důvodu, tedy nalezení nového vztahu, existuje několik dalších účelů, za jakým chtěli informátoři protějšek najít:

a) Dlouhodobý vztah

„Prostě tam najít někoho, kdo se také neumí normálně seznamovat a jinak je normální.“ (Kristýna, 27 let)

b) Nezávazné schůzky

„Jako chtěl jsem si najít holku, ale vždycky jsem to měl nastavený tak, jakože ok, zkusíme, uvidíme, co z toho bude. Když z toho nebude nic velkého, tak alespoň nějaká sranda, hezkej večer, třeba něco intimnějšího.“ (David, 24 let)

c) Seznámení kvůli přemístění do nového prostředí

„Když jsem jel na měsíc na cestu na motorce, myslel jsem, že se díky tomu seznámím s místními. A teď jsem začal pracovat v Rakousku, jsem v novém prostředí, kde neznám skoro nikoho, tak jsem to chtěl využít k tomu samému.“ (David, 24 let)

„Když jsem se vrátil z Korey a začal pracovat, tak jsem v podstatě nikoho nepotkával a tohle pro mě byla jedna z možností pro seznámení.“ (Jiří, 25 let)

d) Procvičení cizího jazyka

„Když jsem dělala au pair v Německu, tak jsem chtěla procvičit němčinu a tohle mi přišlo zábavný.“ (Kristýna, 27 let)

e) Vystoupení ze sociální bubliny, rozšíření obzorů, zábava

„Myslela jsem, že tam poznám jiný okruh lidí, než jsou v mém okolí. Jsme pořád mezi lidma, které známe a víme, co od nich máme očekávat a co jim můžeme nabídnout.“

A když poznáš někoho jinýho, tak se naučíš něco novýho, poznáš ten svět jakoby jinak.“ (Tereza, 27 let)

Reálně získané benefity

Většina informantů si z využívání aplikací více než cokoliv jiného odnáší pocit uspokojení zvědavosti: *„kdybych to nevyzkoušel, tak jsem pořád zvědavěj“* (Jindřich, 22 let). Pro mnohé byly sítě prostředkem ke krátkodobému vztahu, šest informátorů si zde našlo nové přátele (z toho jeden novou spolubydlící). Některé komunikační partnery však seznamovací sítě frustrovaly natolik, že v nich již nevidí potenciál pro nalezení vážného vztahu.

Během celé délky používání se čtyřem komunikačním partnerům podařilo nalézt vážný vztah (některým z nich i několikrát). Z toho ve třech případech došlo po určité době díky vstupu do zákulisí k odhalení odlišností virtuální prezentace od offline identity:

„S jedním jsem se scházela, spali jsme spolu i si o tom psali. Pak už jsme si začali trochu rozumět a něco jsem od toho očekávala. Měla jsem kamarádku, té jsem to všechno říkala a chlubila se fotkama. Jednou jsem jí řekla, že on jede na Moravu k rodičům. V tom samém městě měla ona kamarádku, tak ji kontaktovala, aby se na něj zeptala. Potom mi volala, že ta její kamarádka s ním má zrovna rande a schází se spolu. Tak jsme si začaly psát všechny tři a přeposílaly jsme si ty konverzace, co nám psal. Domlouvaly jsme se, co mu napíšeme. Mně třeba psal, že je smutnej, že jede domu a v tu samou chvíli jí, že už se na ni moc těší.“ (Pavla, 25 let)

„Třeba jednou mi nějaký kluk psal na Facebooku, začali jsme se scházet a já už si myslela, že spolu chodíme, protože to tak fakt vypadalo. Po půl roce mi napsala jeho holka, že už s ním je dva roky, což nechápu, jak stíhal, protože byl pořád se mnou. On byl taková rozdvojená osobnost asi. Pak jsem zjistila, že má i dva profily a tak.“ (Jitka, 23 let)

Pokud se zaměříme na obecné následky využívání sítí, zjistíme, že většině komunikačních partnerů způsobila aktivita na sítích spíše zklamání. To pramení nejen z odlišnosti online a offline dojmů při schůzkách, ale i přímo z virtuální komunikace, která často neměla vývoj dle jejich představ. Některé informanty od užívání sítí odradil přístup uživatelů, který se projevil urážkami nebo poznámkami se sexuálním podtextem. Došlo

rovněž ke změně pohledu na vztahy, mezi informátory například existuje zřetelný zájem o internetovou sebe prezentaci a zákulisí partnera:

„Najednou vidím, kolik lidí ve vztahu lže. A říkáš si taky, jestli ten tvůj nepíše třeba někomu jinému. Člověk je pak trochu paranoidní. Pak tě rozhodí i taková blbost, že si tam dá víc fotek sám, než s tebou. Pak se ti hned vybaví ten kluk, který ti psal a měl tam jen svoje fotky. A přitom v označených fotkách byl se svojí holkou. Najednou si na to vzpomeneš a říkáš si, co když on taky píše nějakým holkám a nedává si to tam proto, aby to ta holka neviděla?“ (Pavla, 25 let)

„Myslím si, že chlapi neumí být věrní. Když tam tak vidím ty zadaný známý. Třeba jak někdo říká, že Tinder je sex seznamka, tak už si myslím, že je to pravda. Nevěřím tomu, že si tam někdo dokáže najít někoho na partnerský vztah.“ (Barbora, 29 let)

„Dost mě překvapilo, že spousta holek od schůzky očekává nějaký uspokojení svých sexuálních potřeb. Nebo prostě že na tu schůzku jdou s tím, že na tohle dojde. Třeba samy od sebe navrhuji přesunutí do tvého bytu. To mě možná v jednu chvíli dost zklamalo a celkem jsem zanevřel nejen na používání těchhle aplikací, ale i hledání vztahu.“ (Tomáš, 24 let)

Aktivita na sociálních sítích a zdejší komunikace s protějšky však dokáže působit i pozitivně – někteří hovoří o posílení nadhledu na mezilidské vztahy. Pro jiné fungovalo setkávání s novými lidmi jako uklidnění, že se nenachází ve zvláštní životní situaci – naopak je jejich životní styl běžný:

„Přišlo mi, že všichni lidi, s kterými jsem se setkal, na tom byli stejně jako já. Všichni skončili školu nebo jí dokončovali, neměli moc nových kamarádů a někoho sháněli, protože se třeba rozešli nebo něco takového. Že jsou na tom teda všichni stejně.“ (Jiří, 25 let)

V rozhovorech se objevily i myšlenky týkající se vlivu snadno dostupných seznamovacích aplikací na celou generaci. Informátoři připouští možný dopad na kvalitu vztahů (křehkost, povrchnost) i komunikační schopnosti:

„Možná to změnilo moje vnímání celý naší generace. Ve finále je to fakt strašně povrchní. Mám takovej pocit, že právě díky tomu je tolik lidí single. Za minulýho režimu bych třeba teď už měl rodinu s bytem. Přijde mi, že máme velkej problém s paradoxem volby. Čím víc voleb máš, tím víc se rozmyšlíš a tím jsi nespokojenější s tou konečnou volbou, protože si pořád říkáš, co kdybych měl tohle a jaký by to bylo.“ (David, 24 let)

„Změnilo to i můj pohled na seznamování. Teď mám chuť se vrátit k tomu starému způsobu, který jsem praktikoval dřív. I když teď uplynula nějaká doba a ty starý způsoby z diskoték už asi taky úplně nefungují. Mám teď chuť seznamovat se spíš face to face, než přes internet.“ (Josef, 26 let)

Posuzování protějšků na seznamovacích sociálních sítích

Vzhledem ke skutečnosti, že se zkoumaní uživatelé na sítích snaží najít primárně vážný vztah, zaměřují se při výběru na podobné vlastnosti, jaké by je zajímaly v offline kontaktu. Online komunikaci totiž postupem času chtějí překlenout ke schůzce. Připouští, že při posuzování profilů nejsou schopni vytvořit komplexní obraz o protějšku, mohou čerpat pouze z informací, které o sobě sám zveřejnil. V první řadě se zaměřují zejména na vzhled, dále zájmy, vzdělání, popřípadě věk a národnost.

Na vzdělání protějšku je mezi komunikačními partnery kladen silný důraz. Stupeň vzdělání by měl být minimálně stejný, jako mají informátoři, případně vyšší (alespoň středoškolské, nejlépe vysokoškolské). Značí pro ně, že je protějšek inteligentní a bude schopný smysluplné komunikace. V tomto případě lze spatřit příklad omezeného přístupu k informacím sdíleným při online sebezprezentaci. Na rozdíl od seznámení „tváří v tvář“ čteme pouze cizí profil (forbínu), na základě kterého se rozhodujeme, jestli stojíme o seznámení. Zveřejněné dosažené vzdělání v této situaci podle informantů určuje některé vlastnosti uživatele:

„Podle mě když má holka hotovou vejšku nebo na ni alespoň chodí, tak to vypovídá mnohem víc, než jen že má znalosti v určitý oblasti. Přijde mi, že vejška je i o nějaký samostatnosti, schopnosti mluvit před lidma, formulovat argumenty a kriticky přemýšlet. Takže je to pro mě důležitý, je to znak, že má tyhle vlastnosti.“ (Tomáš, 24 let)

„To je zrovna ten rozdíl. Když si přečtu tam, že má základku, tak mě to odradí a budu si myslet, že je nějak divnej. Když bych ho ale potkala někde ve skutečnosti, komunikovala s ním, pak mi řekl, že má základku, ale já viděla, že je inteligentní, tak by mi to nevadilo. Takže tam je to pro mě důležité.“ (Pavla, 25 let)

Uživatelé hledají při posuzování protějšku určitou podobnost s různými aspekty své osobnosti. V případě stáří sice nedbají na striktně stejný věk, přesto nechtějí zacházet do extrémních věkových rozdílů:

„Když bychom se bavili vyloženě o vztahu, tak ten věk musí být nějak přiměřený. Ze zkušeností už vím, že bych si úplně nerozuměl s osmnáctiletou holčkou a zároveň chodit s třicítkou taky není k tomu. Ta už myslí na úplně jiné věci, dítě, svatba, dům. Nebo třeba už i nějaký dítě má. A to já ještě takhle rychle nechci.“ (Tomáš, 24 let)

Stejná národnost protějšku pro informátory značí podobné zvyky, snadnou komunikaci nebo geografickou dostupnost. Většina z nich by proto dala přednost uživateli z České republiky, maximálně ze Slovenska.

„Jednu dobu jsem se chtěl seznamovat s cizinkama, abych se zlepšil v angličtině. Ale pokud se bavíme zase o hledání vztahu, tak je asi výhoda, když je to Češka, maximálně Slovenka. Ať už kvůli komunikaci nebo zázemí. Kamarádka se třeba musela rozejít se svým klukem, protože se nedokázali dohodnout, jestli budou žít v Česku nebo v Německu.“ (Tomáš, 24 let)

Objevil se však i názor, že pro splnění národnostního požadavku stačí, že bude protějšek „běloch“. Tato podmínka je založena na potřebě podobných kulturních zvyklostí. Pro dalšího informanta je varianta partnerky ze zahraničí přípustná pouze v případě, že bude ovládat její rodný jazyk, „aby alespoň jeden z nás mohl komunikovat normálně“ (Jiří, 25 let). Mezi komunikačními partnery se ale vyskytl i jedinec, který by odlišnosti v tomto smyslu naopak uvítal:

„Vůbec ne, naopak jsem tomu otevřený. Já bych s tím neměl problém, možná by se mi to právě líbilo. Je mi úplně jedno, jestli je žlutá, černá, Ukrajinka nebo Kolumbijka. Ať jsem byl všude možně, tak jsem vždycky narazil na pěkný holky.“ (David, 24 let)

Informátory při výběru protějšku zajímá celkový dojem, posuzují v prezentaci osoby její odlišnosti a stejné vlastnosti. Vzhledem k množství uživatelů mají vytvořené určité schéma odvozené od jejich priorit, na základě kterého mohou rychle hodnotit:

„Jako když tam na tebe kouká kluk v převleku Spidermana, tak si řekneš, že je asi něco špatně. Ale je pravda, že vzhledem k tomu, že já sama jsem sportovně založená člověk, tak mě přirozeně víc lákají lidi, kteří tam mají fotky se sportem. Zkrátka společný zájmy. Podvědomě cítíš, že by sis s tím člověkem měl co říct. Vím, že já bych se asi neměla o čem bavit s člověkem, kterej by tam měl fotku třeba z knihovny s Biblií. Ale věřím, že bych určitě byla chytřejší, kdybych takovýho člověka poznala.“ (Tereza, 27 let)

„Určitě jsem se zaměřoval na školu, ta ti o tom člověku může něco povědět. A rozhodně ty fotky, aby vypadaly normálně. Moc nemá cenu řešit nějaký popis, to je stejně většinou blbost. Na sítích seš odkázanej pouze na ty věci, co o sobě člověk zveřejní, ale třeba v baru zase poznáš, s kým se vidá, jak se reálně tváří a co dělá.“ (Jiří, 25 let)

„Když toho člověka vidíš, tak ho hodnotíš celkově – jak se chová, jak vypadá i jak mluví, prostě si dáš obraz dohromady. Na Tinderu jsem se ze začátku snažil projíždět všechny fotky, popisy, co poslouchá a tak, než jsem dal lajk. Teď už je to prostě fotka – první, druhá, když nevíš, projedeš všechny, když víš na první, hned dáš lajk. Takže se zaměřuju na ty fotky. Ale to je tím, jak je to nastavený. Strávíš spoustu času tím, jak zkoumáš tu osobu a pak třeba s ní ani nemáš Match. Takže prostě spíš takhle jedu a až ve chvíli, kdy s ní mám Match, tak si pořádně prohlídnu ten její profil. Jinak by to byla ztráta času.“ (David, 24 let)

Důvodem pro nenavázání kontaktu s jiným uživatelem na síti je často jeho nápadná přetvářka – neuvěřitelná online sebe prezentace protějšku (například přehnaně vtipným, bohatým nebo roztomilým stylem). Komunikační partneři si všímají i prezentace vzhledu. Vadí jim polonahé fotografie v profilech, arogantní vystupování, či sexuální narážky. Odradí je gramatické chyby v popisech, zájmy, ale i členství v podezřelých organizacích (sekty, finanční poradci).

„Že se vystavuje nahej nebo polonahej na těch fotkách v profilu. Přijde mi to úchylný. Nebo když tam třeba dává na obdiv, jaký má auto a tak. Nebo naopak, když tam chlap dělá roztomilýho se zvířátkem a je to spíš taková žena.“ (Barbora, 29 let)

„Ve finále je to fakt o vzhledu. Díky tomu, že to vybírám podle vzhledu, je fakt tohle ten rozhodující faktor. Je to povrchní, ale je to tak.“ (David, 24 let)

„Asi když tam píše nějaký fakt blbosti, třeba „škola života“ jako vzdělání a tak.“ (Jitka, 23 let)

„Když je někdo ve svém popisu vulgární nebo tam má chyby. Taky mi vadí namyšlenost, pokud není napsaná s nadsázkou.“ (Pavla, 25 let)

„Beru to podle celku. Ale kdybych měla říct jednu věc, která mě odradí, i kdyby bylo všechno ostatní skvělé, tak by mi vadilo určitě, kdyby byl v nějaký sektě třeba. Nebo když je prostě fakt jako divnej v něčem.“ (Tereza, 27 let)

Offline kontakt s uživateli sítí – proniknutí do zákulisí

Hlavním motivem pro realizaci schůzky byla často skutečnost, že si informátoři s protějšky rozuměli a chtěli je poznat osobně, tedy víc komplexně. Tím by posunuli kontakt na další úroveň. Určitou roli hrála i zvědavost, která plynula ze vzájemných sympatií. Komunikační partneři uskutečnění schůzky často považovali za nástroj k rozhodnutí, zda rozvíjet potenciál vztahu, či ukončit kontakt.

„Nejspíš zvědavost, jaké jsou ve skutečnosti. Nebo jsem si s nimi rozuměl a viděl jsem v tom určitý potenciál na něco víc, tak jsem to chtěl zkusit, aby se to buď posunulo, nebo abych tím neztrácel dál čas.“ (Tomáš, 24 let)

V tomto tématu lze pozorovat, že informanti online prezentaci protějšků nepovažují za zcela „skutečnou“. Do momentu setkání se snaží od jedince udržovat určitý odstup a pro navázání hlubšího kontaktu se potřebují přesvědčit, že se protějšek při offline kontaktu neliší od jejich představy nabyté online interakcí.

„Asi se mi ten člověk nějak celkově líbil. To co psal, jak vypadal, jeho zájmy a tak. A když navrhnul, že se sejdeme, tak jsem byla zvědavá. Nechtěla jsem, aby to bylo už jen virtuální.“ (Kristýna, 27 let)

„Já do toho nechodil ani jako rande, spíš takový poznání. Prostě jsme se našli na síti, ale teď teprve chci doopravdy zjistit, jestli je ta holka v pohodě. Ale kdyby to bylo v pohodě, tak to právě díky tomuhle mohlo dál pokračovat.“ (David, 24 let)

„Díky tomu reálnému setkání jsem vždycky určitě poznal toho člověka mnohem víc, než na Tinderu. Z mnohem víc pohledů.“ (Josef, 26 let)

Počet schůzek informantů s kontakty ze seznamovacích sítí se pohyboval kolem deseti. Největší zaznamenaný počet je dvacet, na druhém pólu stojí informátorka, která

absolvovala pouze jednu schůzku. Tento počet odůvodňuje tím, „že si se spoustou lidí píšeš, ale pak se stejně nesejdeš. Nebo když se ten člověk chce sejít hned, tak tě to vyděsí. Říkáš si, že je divnej, o co mu jde, ani si nepíšete tolik na to, aby tě poznal, a on tě chce hned vidět.“ (Pavla, 25 let)

Jak již bylo zmíněno, osobní schůzka (tedy průnik do zákulisí protějšku) může přinášet mnohá překvapení. Při některých setkáních dochází ke ztrátě iluzí ohledně vzhledu, životní úrovně (například zaměstnání) i chování protějšku. Ve většině nezdařených případů byl daný uživatel informantem po schůzce zablokovan na sociálních sítích. Přesto někteří hledali cesty, kterými by dál informátora kontaktovali, v některých případech došlo až ke stalkingu. Díky setkáním se však objevily i situace, které byly až na hraně se zákonem a způsobily komunikačním partnerům nepříjemné zážitky:

„Jednou se mi třeba stalo, že jsem měla schůzku, byli jsme na drinku a už v té restauraci jsem viděla, že ten dotyčný je fakt divnej. Pořád měl potřebu na mě šahat. Pak šel na záchod, a když šel kolem mě, začal mi cpát jazyk do pusy. No a pak když jsem odcházela, tak venku v podchodu mě přimáčkl na zeď a začal mě tam osahávat. Naštěstí šel okolo nějaký kluk, takže mě nakonec pustil. Tenhle konkrétní člověk na síti vystupoval jako nějaký vysoce postavený manažer nějaký firmy. I vystupoval sebevědomě, seriózně, nakonec ale fakt blázen.“ (Barbora, 29 let)

„Jeden kluk z Tinderu mě třeba nahlásil na policii za to, že jsem mu nevrátila knížku. Šel normálně na policajty, oni mi pak volali, že tam ten chlapec byl a jestli bychom si to mohli mezi sebou vyřešit, protože by opravdu neradi podávali trestné oznámení kvůli něčemu takovému. Tak jsem mu ji poslala poštou, protože jsem ho už nechtěla vidět.“ (Kristýna, 27 let)

„Třeba moje sestra má taky zvláštní zkušenost. Na její rande přišel kluk s igelitkou a láškou vína. Měl na puse roušku, protože byl prý nemocnej. Šli na Vyšehrad a on jí tam řekl, že rád dělá bláznivé věci a že se klidně svlékne, kdyby chtěla. Ona teda ze srandy řekla, ať to udělá a on se přede všema svléknul do trenek a seděl tam na lavičce s tou rouškou. Poté se rozloučili a on utekl.“ (Pavla, 25 let)

Pokud bychom měli shrnout negativní a pozitivní zkušenosti z užívání aplikací, rozhodně dle informátorů převažují negativa. Jako pozitivum je označována pouze skutečnost, že je zde možné snadno najít velké množství odlišných lidí, kteří jsou schopni

nás nějakým způsobem obohatit. Naopak negativní zkušenosti plynou jak z přímé komunikace (nadávky, stalking, posílání nevyžádaných nahých fotografií), tak i samotného pohybu v prostředí seznamovacích sítí (například díky výskytu prostitutek vydávajících se za uživatele). Celkově se však komunikační partneři shodují na největším zklamání z velkého množství lží, přetvářky a bizarních situací. Ze zmínění právě těchto důvodů lze vyvodit, že dotazovaní uživatelé kladou velký důraz na rozdíly online a offline vystupování.

„Dost mě překvapilo, kolik si tam lidi dovolej zvrhlostí. Tohle by si v běžný komunikaci asi nedovolili. I když tam někteří vystupovali pod svým jménem.“ (Pavla, 25 let)

„Taky mi dost vadilo, když mě nějaké holky pronásledovaly i na dalších sítích. Nechápu, jak mě našly. Najednou si mě přidávaly do přátel na Facebooku, jedna mi třeba napsala, že právě čte moji bakalářku. Ani jsem jí neřekl, že jsem nějakou bakalářku vůbec někdy psal.“ (Tomáš, 24 let)

„To vybírání mi přišlo jak na tržnici, což je trochu zvláštní. A hodně mě zarazily nabídky k sexu například hned v první zprávě. A třeba i posílání nahých fotek – bez požádání.“ (Tereza, 27 let)

„Překvapilo mě, kolik lidí má nějaký nevyřešený vztahy, který si léčí na seznamkách.“ (Jitka, 23 let)

Shrnutí

Využívání seznamovacích sociálních sítí (především Tinder a Badoo) je pro zkoumané uživatele jednou z moderních variant pro navázání nových kontaktů. Zdejší aktivita by měla vést k naplnění očekávaných benefitů, mezi které patří zejména nalezení vážného vztahu, popřípadě uskutečnění nezávazných schůzek, seznámení s místními obyvateli po přestěhování do nového prostředí, zábava, procvičení cizího jazyka nebo rozšíření obzorů. Reálnými benefity jsou však spíše nové poznatky (uspokojení zvědavosti) nebo krátkodobé vztahy. Informátoři si z používání sítí obecně odnášejí spíše negativní zkušenosti, které se odvíjí od způsobu komunikace protějšků a odlišností jejich online a offline vystupování.

Při výběru protějšků se informanti snaží nalézt jedince s podobnými vlastnostmi. Pro mnou dotazovaný vzorek je často důležité vzdělání, národnost a jim přiměřený věk

potenciálního partnera na seznamovací síti. Od těchto aspektů prezentovaných na profilech odvozuji sdílené kulturní zvyklosti nebo výskyt společných témat. U posuzování uživatelů se zaměřuji rovněž na vzhled a zájmy. Vzhledem k tomu, že by seznámení na sociální síti mělo vést k následné schůzce a tedy offline kontaktu, se způsob posuzování příliš neliší od výběru při běžné interakci. Následná realizace schůzky je pro mnohé klíčová. Na jejím základě se rozhodují, zda mají rozvíjet potenciál vztahu, nebo s protějškem ukončit komunikaci. Při setkání lze odhalit zákulisní informace, které byly při online prezentaci skryty a v některých případech mohou vést ke zklamání a nepříjemným zážitkům. Komunikační partneři se shodují, že je na sociálních sítích snadné seznámit se s širokým spektrem odlišných lidí. Na druhou stranu se chování a vzhled těchto lidí při komunikaci ve virtuálním prostředí může lišit od offline podoby.

8.4 Interpretace dat

Ve výzkumu mě zajímal způsob, jakým informátoři přistupují k seznamování pomocí internetu. Mnou zkoumaný vzorek se shoduje na skutečnosti, že se jedná o přirozenou součást společenského i technologického vývoje. Na internet se podle nich přesouvají aktivity prakticky ze všech sfér života jedince, proto se minimálně ve městech nejedná o nic neobvyklého. Jak již bylo zmíněno, všichni informátoři žijí v Praze. Odlišnosti měst a vesnic jsou podle nich založeny právě na rychlosti technologického vývoje a otevřenosti obyvatel novým, tedy netradičním, věcem, mezi něž patří i seznamovací sociální síť.

Předpoklad Zygmunta Baumana o současné generaci jako o sobeckých jedincích bránících se trvalým vazbám [Bauman 2013: 10] nelze na zkoumané jedince zcela aplikovat. Naopak v mém výzkumu nalézám určitou paralelu se studií reagující na jeho přístup v knize *Tekutá láska*. V aktivitě na seznamovacích sítích sice hraje roli rychlost doby, individualismus nebo snaha o komfortní uspokojování potřeb (jak popisuje Bauman), ale tyto aspekty spíše vypovídají o stylu života informantů (např. pracovní vytížení) a jejich vlastnostech (např. ostych, stydlivost), než o přístupu ke vztahům. Hobbs, Owen a Gerber [2017: 274-277] ve výzkumu uvádí skutečnost, že mladí lidé stále lpí na monogamii a dlouhodobém partnerství, což lze v přístupu k seznamování na sociálních sítích pozorovat i mezi informátory. Ti kladli na zmíněné hodnoty často velký důraz, při zmiňování problémů s protějšky (ze setkání, odhalení zákulisí apod.) hovořili o velkém zklamání. V některých

případech bylo pro ně až překvapením, že se na seznamovacích sítích vyskytují uživatelé s jiným očekávaným benefitem, než je dlouhodobý vztah.

Chování některých uživatelů sociálních sítí se dle názorů informátorů vyznačuje agresivním přístupem, nevhodnými poznámkami nebo komunikací se sexuálním podtextem. Mezi komunikačními partnery se několikrát objevilo tvrzení, že by si tento přístup protějšků prezentovaný na sociálních sítích nedokázali představit při offline kontaktu. Vysvětlení tohoto chování může spočívat ve skutečnosti, že uživatelé nejsou při online komunikaci přímo konfrontováni s protějškem, tudíž nedokáží dle aktuální reakce odhadnout, co je v situaci přípustné. Odlišný přístup může být tedy způsoben jinými pravidly interakce v novém (virtuálním) prostředí. Dále lze původ chování hledat v mísení publik ve střední zóně. Vzhledem ke skutečnosti, že se tento agresivní styl jednání mohl jevit před určitým publikem jako vhodný, uživatel se domnívá, že ho lze aplikovat při všech virtuálních komunikacích. Neuvědomuje si však, že každé publikum může očekávat odlišný přístup.

Ve spojitosti se studií Markéty Šetinové [2018] týkající se homogamie (tj. toho, že si lidé na seznamovacích sociálních sítích vybírají protějšky podobných sociodemografických charakteristik) jsem se zajímal o důvody, které stojí za potřebou podobnosti protějšků. Oblast vzdělání byla mezi informanty často spojována s intelektuální úrovní partnera. Jsou pro ně důležitá společná témata, úroveň vyjadřování nebo určitý všeobecný přehled a vzhledem ke skutečnosti, že při posuzování na sociálních sítích jsou schopni pracovat pouze s omezeným množstvím informací, považují právě vzdělání za určité vodítko, které alespoň částečně zaručuje dané vlastnosti. Za potřebou stejné nebo alespoň blízké národnosti stojí v několika případech požadavek podobnosti kulturních zvyklostí, snadné komunikace a geografické vzdálenosti, která by v případě společného bydlení nevytvářela odloučení od rodiny a přátel. V otázce věku se komunikační partneři snaží vyhýbat pouze extrémním rozdílům (například více než deset let). To plyne zejména z potřeby nacházet se v podobné životní fázi nebo mít sdílená témata a očekávání od podoby vztahu. Výběr partnerů mými informátory se na seznamovacích sociálních sítích příliš neliší od způsobu v offline prostředí. Při posuzování se zaměřují na stejné vlastnosti člověka (vzhled, zájmy, vzdělání apod.), odlišnost je spíše v prezentaci protějšku. Zatímco při offline komunikaci je pro posouzení nabídnut komplexní pohled, při výběru na sociálních sítích jsou uživatelé odkázáni pouze na zveřejněný obsah. V něm podle svých priorit hledají určité identifikátory, na základě kterých se rozhodují.

Z výpovědí informátorů je patrný i určitý obraz Generace Y v souvislosti se vztahy, který není vzdálený od studie [Červenka 2016] představené v teoretické části textu. Informanti označují přístup svých známých ke vztahům za individuální, rozlišují zejména skupinu jedinců, kteří si chtějí nezávazně užívat života, od lidí toužících po vážném vztahu. Obdobný trend spatřujeme i ve studii obecně charakterizující generaci, přičemž zde existuje zřetelná převaha kategorie, pro kterou je vztah prioritou. Podle předpokladů komunikační partneri hovoří o nezanedbatelném vlivu informačních technologií na vztahy i celý život jedinců. Hledání vážných vztahů na sociálních sítích však nemusí vždy přinášet právě tento očekávaný benefit. Zkoumaní uživatelé si z internetové aktivity reálně odnesli spíše zkušenosti (uspokojení zvědavosti), uskutečněné nezávazné schůzky nebo rozptýlení. U některých došlo i k navázání vztahu. Ten však byl v několika případech díky postupnému odhalení odlišností mezi online sebe prezentací a offline podobou identity pouze krátkého trvání.

V této diplomové práci jsem se zaměřoval na management identity uživatelů sociálních sítí. V návaznosti na pojetí symbolických interakcionistů jsem rozlišoval přístup k jednání na forbinu, střední zónu a zákulisí [Goffman 1999]. V případě forbin hovoříme o určité sebe prezentaci na sítích, sdílení konkrétního obsahu a vytváření dojmu na naše publikum. Informátoři hovořili o skutečnosti, že uživatelé seznamovacích sociálních sítí v některých případech skrývají své slabiny a naopak zveličují (či si zcela vymýšlejí) silné stránky, čímž odchylojí virtuální prezentaci své identity od její offline podoby. Může se jednat o fyzické vlastnosti (skrývání plešatění, uvádění jiné váhy), ale i o sociální status (zaměstnání), či vztahy (skrývání partnera). Toto chování je však možné pouze v místech, kde sdílený obsah nesměřujeme k osobám známým z offline prostoru. Pro prostředí střední zóny je typické střetávání různých publik (například Facebook – přátelé, rodina, kolegové z práce). Střední zóna je pro internetové prostředí relativně nová, může nám přinášet například nové kontakty, ale zároveň je pro ni příznačná obezřetnější práce s nástroji pro ochranu soukromí. Uživatelé rozlišují obsah, který je vhodné prezentovat před smíšenými publiky ve střední zóně (pouze takový, u kterého jsou přesvědčeni, že je nemůže nijak poškodit) od toho, jenž má zůstat v zákulisí. Dotazovaní jedinci pro uchování zákulisí využívají například skrývání určitých příspěvků, popřípadě sdílí obsah s časovým odstupem. Jedinci mohou na internetu vystupovat rovněž anonymně. To v případě, kdy využívají například pseudonym (nelze s profilem spojit jejich osobu) mimo jiné z obavy, že by je jejich

chování mohlo poškodit v pracovním nebo soukromém offline životě. Dle mého výzkumu se tak děje například na sociálních sítích se sexuální tematikou, kde uživatelé pod přezdívkou uspokojují své fantazie, které ve svém okolí skrývají. V tuto chvíli považují internetové prostředí za zákulisí, které není dostupné jejich známým z offline prostředí. Častější situací je však naopak zákulisí spojené s offline životem a otevřené vystupování ve virtuálním prostoru. Uživatelé v některých případech při komunikaci na sociálních sítích vystupují sebevědomě, provokativně nebo částečně bez úzkostí a zábran. Z rozhovorů je však patrné, že při osobním setkání, tedy vstupu do offline zákulisí jedince, dochází někdy k překvapivým zjištěním. Špatné zkušenosti z offline kontaktu pramení nejen ze zmíněných odlišností, ale i z problémů, jako je pokus o zneužití, stalking nebo nahlášení na policii za krádež. Tyto situace vyústily ze špatného odhadu na základě online komunikace.

Většina komunikačních partnerů při celkovém hodnocení užitku seznamovacích sociálních sítí hovořila o zklamání. Tuto skutečnost interpretuji tak, že se na sítích pohybuje mnoho jedinců s odlišnými očekávanými benefity. Z toho důvodu dochází k interakci s velkým množstvím protějšků, kteří však mají často jiné motivace k využívání sítí. Díky střetu různých publik a odlišných přístupů ke komunikaci dochází k frustraci z bezvýsledného využívání sítí. Tato frustrace může být navíc podpořena negativními zkušenostmi ze setkání, kdy uživatelé v zákulisí jedinců vidí jejich slabiny a zjišťují, že na sítích vystupovali jinak než v offline prostředí.

Problematiku seznamování na sociálních sítích považuji za komplikovanou z toho důvodu, že zde dochází k provázání několika aspektů současné společnosti. Pokud vezmeme v úvahu množství uživatelů virtuálních sítí, jejich technologické možnosti, které umožňují odchýlení sebe prezentací od offline podob identit a heterogenitu společnosti, díky které uživatelé vstupují do interakce s odlišnými motivacemi, nalézáme enormní množství různých kombinací párů, při kterém lze v případě shody a porozumění hovořit spíše o štěstí. Této skutečnosti by pravděpodobně bylo možné předcházet možností detailnějších kritérií hledání (běžné servery nabízejí volbu pohlaví, věku a vzdálenosti protějšku) nebo podmínkou podrobnějšího vyplňování profilů uživatelů.

Dle provedených rozhovorů a technických rámců sítí však usuzuji, že se způsob výběru a aspekty, na které je kladen důraz, částečně odvíjí právě od prostředí (technického nastavení) daných aplikací. Zaměříme-li se na skutečnost, že informátoři oceňují zejména rychlost a jednoduchost užívání sítí, můžeme hledat příčinu důrazu na vzhled ve formě

posuzování protějšků. Uživateli je nabídnuta obrazovka s fotografií jedince, jeho jménem a věkem. Již na základě této karty lze projevit sympatie. Pro zjištění více informací je nutné otevřít profil, tudíž obětovat čas zkoumání protějšku (a připravovat se o čas, který bychom mohli věnovat hodnocení dalších uživatelů), aniž bychom si byli jisti, že nám on sám projevil sympatie. Přestože je rychlá volba na základě úvodní karty označována komunikačními partnery za povrchní, většina z nich se věnuje zjišťování informací o protějšku až v momentě, kdy dojde ke shodě, popřípadě navážou-li rozvinutější komunikaci. V potřebě rychle zaujmout hodnotitele můžeme hledat i odpověď na určité způsoby sebe prezentace jedinců na seznamovacích sociálních sítích. Někteří uživatelé mohou právě v této skutečnosti nacházet důvod pro sdílení obnažených fotografií nebo upozornění na jejich smysl pro humor či finanční zabezpečení. Vzhledem k množství profilů je navíc nutné zaujmout výrazným způsobem, čímž může být odůvodněno zdůraznění předností a skrývání slabín.

Určité přizpůsobování danému prostředí lze pozorovat například i na Instagramu, kde se byli informátoři schopni seznámit na základě označení příspěvků protějšku jako „To se mi líbí“, popřípadě pomocí reakce na „Story“. Opět využili prostředky, kterými disponuje daná aplikace (rozhraní) a zaujali jiného uživatele, čímž uspokojili svůj očekávaný benefit.

V konečném důsledku může mít virtuální způsob navazování kontaktů vliv na celé seznamování mladých lidí. Jak ukázaly případy i některých z komunikačních partnerů, online seznamování pomáhá překonat prvotní obavy z oslovování offline. Navíc může mít na tvorbu a trvalost vztahů negativní vliv množství možností a vědomí dostupnosti širokého spektra různých protějšků. Rizika slabých sociálních dovedností a obtížné volby partnera se mohou časem prohlubovat, což by na vztahy, ale i přístup k virtuálním seznamovacím sítím mohlo mít značný dopad. V krajním případě by mohlo k oslovování protějšků docházet pouze pomocí seznamovacích sociálních sítí. Paradoxně by však uživatelé nemuseli být schopni z množství nabízených profilů vybrat jeden, do kterého by investovali čas a energii pro budování vážného vztahu.

8.5 Limity výzkumu

Uskutečněný výzkum samozřejmě naráží na určité limity. Jak již bylo zmíněno, nabytá zjištění nelze kvůli kvalitativní metodě a počtu informantů zobecňovat na celou

populaci. Rovněž nelze s jistotou říci, jakým způsobem informátoři přistupovali k rozhovorům. Přestože jsem se snažil vyjadřovat co nejpřesněji a neklást příliš komplikované otázky, je možné, že některé z nich špatně pochopili, popřípadě se snažili odpovědět způsobem, o kterém si mysleli, že je správný, respektive ho chci jako výzkumník slyšet. Způsob vyjadřování jednotlivců se samozřejmě lišil a některé informace nemusely být zcela kompletní. Během analýzy jsem se proto soustředil na správné pochopení odpovědí, abych byl schopný zaznamenat pohled informátorů na situace a tím pádem nacházet nové aspekty témat.

Vzhledem k citlivosti tématu jsem přesvědčen, že bylo správnou volbou hledat komunikační partnery mezi mými známými a jimi doporučenými lidmi. Tento přístup však může způsobit určitou homogenitu vzorku. Přestože jsem usiloval o různorodé složení informantů, některé skupiny uživatelů mohly být zanedbány. V návaznosti na teoretický koncept interakčních regionů je vhodné se zamyslet nad otázkou, jakým způsobem se informátoři při rozhovorech prezentovali. Do jaké míry mi umožnili vhléd do jejich zákulisí – v krajním případě by mohlo dojít až na odosobněný způsob komunikace ve forbině. Zajímalo mě, jak přemýšlí o sebe prezentaci, co považují sami za důležité a jaký je jejich osobní pohled na témata. Jedinci se však prezentují určitým způsobem ve všech interakcích a díky tomu mohlo dojít ke zkreslení vystupování právě díky metodě rozhovoru „tváří v tvář“. Na základě tohoto rizika by bylo vhodné provést další výzkum, který by byl opět anonymní, ale data by nebyla sbírána formou osobních rozhovorů, nýbrž pomocí internetového dotazníku. Komunikační partner by tím pádem nebyl v přímé konfrontaci s výzkumníkem, odpovědi by vyplňoval ze své „komfortní zóny“ a jeho pocit anonymity by tím pádem mohl vést k menší obavě z odhalování informací ze svého zákulisí. Účastníci výzkumu totiž připouští, že někteří uživatelé mohou ve virtuálním prostředí působit otevřeněji. Na druhou stranu by ale stejně jako v jiných případech mohli vystupovat jiným stylem než offline a na základě toho si vymýšlet určité odpovědi nebo zveličovat zážitky. Výzkumník by měl nad kvalitou dat menší kontrolu a nemohl by se doptávat v případě nejasností.

Je zřejmé, že všechny přístupy k výzkumu mají určité výhody a nedostatky. Mnou zvolená forma mi však rozhodně pomohla pochopit mechanismy a chování uživatelů sociálních sítí, popřípadě odpovědět na výzkumné otázky.

Závěr

Seznamování pomocí virtuálních sociálních sítí je v současné době velmi populární formou navazování kontaktů nejen mezi mladými lidmi. Svou oblíbenost si tento způsob získal především díky rychlosti, pohodlnosti a dostupnosti [Bauman 2013: 66-72]. Je odvozen od technického vývoje a v současné společnosti figuruje mezi běžnými cestami k nalezení vztahu. Cílem diplomové práce bylo zejména zachytit způsoby využívání sítí, prezentaci identit ve virtuálním prostoru a dopady jednání v internetovém prostředí na offline život jedinců.

K vyhledávání vhodných protějšků účastníci výzkumu nevyužívají pouze specializované seznamovací sociální sítě (například Tinder, Badoo), ale díky funkcím běžných sítí, jako je Facebook nebo Instagram, navazují nové vztahy i v tomto prostředí. Přes zmíněný očekávaný benefit se však reálně získané částečně liší. Spíše než dlouhodobé vztahy často pramení z tohoto stylu využívání sociálních sítí nárazové schůzky nebo pouhé rozptýlení a obohacení o nové zkušenosti. Na základě provedených rozhovorů se jeví skutečnost, že výběr protějšků na seznamovacích sociálních sítích se téměř neliší od toho při offline interakci. Při běžném setkání lze samozřejmě získat komplexnější obraz o jedinci, protože při posuzování online profilů je uživatel odkázán pouze na zveřejněné informace. Přesto se v obou případech snaží zaměřovat zejména na vzhled, vzdělání, národnost a popřípadě věk. Především v otázce vzdělání se snaží jedinci nalézt osobu na stejné, popřípadě vyšší úrovni.

Na základě teorií symbolických interakcionistů jsem přistupoval k aktivitě uživatelů na sociálních sítích optikou tří základních interakčních regionů – forbína, střední zóna a zákulisí. V případě prvně jmenovaného regionu hovoříme o sebe prezentaci jedinců, která se může lišit od té z offline prostředí. Uživatelé sociálních sítí mají podle informátorů tendenci sdílet pouze své úspěchy, případně zveličovat silné stránky a naopak skrývat slabiny. To však není zcela možné v prostředí, kde se střetávají různá publika. Mezi těmito lidmi se totiž vyskytují jedinci, které známe z offline života, tudíž by poté naše vystupování nebylo důvěryhodné. Z mého výzkumu vyplývá, že právě pro prostředí střední zóny (například Facebook) je typický propracovaný management identity. Ten se vyznačuje například skrýváním určitých příspěvků konkrétním uživatelům. Třetím regionem je zákulisí, které se od forbíny liší zejména v projevení utajovaných skutečností. Pro uživatele seznamovacích sociálních sítí však odhalení zákulisí může způsobovat zklamání. To přichází v situacích,

kdy jedinci ve virtuálním prostoru vystupují pod odlišně prezentovanou identitou a při následné schůzce odkryjí zatajované vlastnosti, které se týkají například vzhledu, sociálního postavení nebo chování. Těmto situacím se informanti snaží předcházet ověřováním protějšků, tedy jejich vyhledáváním například pomocí Google, Facebooku, ale i firemních databází. Pro některé uživatele internetu však může zákulisí představovat i určitá sociální síť, na které nevystupují pod svou identitou kvůli obavě, že by je zdejší způsob chování mohl poškodit v offline životě.

Informátoři za hlavní přednost seznamování na sociálních sítích označují především možnost snadno vybírat z velkého množství odlišných protějšků bez nutnosti geografické blízkosti. Naopak největší slabinu vidí zejména v nepřesné prezentaci identit uživatelů, ze kterého může pramenit nejen jejich nevhodné chování při komunikaci na síti, ale i vznik nepříjemných situací v offline životě.

Za přínos diplomové práce považuji v první řadě skutečnost, že zatímco velké množství jiných studií se zabývá spíše obecnou otázkou „co dělají uživatelé na sociálních sítích?“, popřípadě jaké jsou jejich motivace, mnou provedený výzkum se snaží odpovědět na otázku, jak se uživatelé chovají na sociálních sítích. Zajímalo mě tedy jejich přístup k sociálním sítím, názory a vystupování. Od toho se odráží rozšíření poznatků zejména v oblasti zkoumání managementu identity, způsobu sebe prezentace nebo ověřování ostatních uživatelů.

Možný potenciál pro budoucí výzkum spatřuji především v možnosti longitudinální studie mnou zkoumaného vzorku. Komunikační partneři během rozhovorů hovořili o částečných proměnách motivací k využívání sítí, proměnlivé frekvenci aktivity na serverech nebo očekávaných a reálně získaných benefitech z pohybu ve virtuálním prostoru. Z toho důvodu by bylo zajímavé sledovat vývoj jejich počínání. V závislosti na odlišnosti jednotlivých generací by se další výzkumy mohly týkat také jiných věkových kategorií. Popřípadě lze uskutečnit výzkum na stejné téma i obdobné věkové vymezení, ale změnit metodu zkoumání. Například aplikovat kvantitativní formu nebo použít odlišný přístup při té kvalitativní. Toto téma vzhledem ke své aktuálnosti stále prochází určitým vývojem, který jistě přinese další podněty k bádání.

Summary

Nowadays, the dating via virtual social sites is a popular form of getting in contact not only among young people. This form has gained the popularity thanks to its speed, convenience and availability [Bauman 2013: 66-72]. It has developed from a technical progress, and currently stands among the common ways of building up relationships. The aim of the diploma thesis was to record some ways of using sites, the presentation of users' identities in virtual space and the impacts of behaviour in a virtual environment on their offline life.

For seeking a suitable partner, the participants of the research do not use only some specialized dating social sites (e. g. Tinder, Badoo) but making new contacts has also expanded to some usual sites like Facebook or Instagram thanks to their functions. In spite of the mentioned sought gratification, the obtained gratifications can partly differ. The outcomes of utilizing social sites are occasional dates or just a distraction and gaining of new experience rather than long-term relationships. On the basis of the executed interviews it seems that the choosing of partners on social sites does not differ much from the one in offline interactions. At regular dating, it is obviously easier to get a complex image regarding the person because it depends on the public information when a user browses online profiles. Nevertheless, in either case they tend to focus on appearance, education, nationality and age. Particularly in the point of education, they endeavour to find a person on the same, eventually higher level.

Following the theories of symbolic interactionists, I proceeded to the activity of social sites users by the optics of three basic interactional regions – Frontstage, Middle Region and Backstage. The first mentioned region refers to the self-presentation of individuals, which may differ from that one in an offline space. The users of social sites tend to share their success, eventually exaggerate their strong points, and conceal their weak points. This is not quite possible in the space where various audiences encounter. Among these people, there are individuals who we know from our offline world, therefore our behaviour would not be trustful. My research implies that the sophisticated identity management is typical for the Middle region (e. g. Facebook). It can be featured by hiding of certain posts from particular users. The third region is the Backstage which differs from the Frontstage mainly in the disclosure of hidden points. The revelation of Backstage can cause disillusion to the users of dating social sites. It turns up in situations when people hide

behind a deceptive virtual presentation of their identity and at the subsequent meeting, they reveal their concealed distinctions regarding their appearance, social status or behaviour. The informants try to prevent such situations by verifying their partners by means of browsing them on Google, Facebook or databases of companies. For some users of the Internet, the Backstage can be represented by a social site where they do not conduct under their identity because of the fear that their way of behaviour there could damage their offline life.

The main advantage of dating via social sites is seen in the opportunity to easily choose from a large amount of partners without the necessity of geographical proximity. On the other hand, the weakest point is in misleadingly presented identities which lead to improper behaviour during the communication on websites, but also to unpleasant situations in the offline life.

The contribution of this diploma thesis is that while other studies deal with a general issue „What do the users do on social sites?“, eventually what their motivation is, the carried research endeavours to answer the question: How do the users behave on social sites? I was interested in their approach to social networks, opinions and manners. It mirrors in the extension of knowledge, particularly in the area of studying identity management, the ways of self-presentation or verifying other users.

The eventual potential for future researches can be in the possibility of a longitudinal study of the examined sample. The communication partners talked about the partial transformations of their motives regarding the usage of social sites, variable frequency of their activity on servers or sought and obtained gratifications from their operations in the virtual space. Therefore, it would be interesting to observe the development of their behaviour. On the basis of the diversity of particular generations, further researches could refer to other age groups. Eventually, there can be a research on the same subject and similar range of age, but based on a different research method. For instance, the application of quantitative form or the usage of a different approach at the qualitative form. With respect to its current condition, this issue has been coming through a certain development that will definitely bring other research stimuli.

Použitá literatura

Knihy:

- BAUDRILLARD, Jean. 1988. *The Ecstasy of Communication*. New York: Semiotext(e).
- BAUMAN, Zygmunt. 2013. *Tekutá láska: o křehkosti lidských pout*. Praha: Academia.
- BERGER, Peter Ludwig, LUCKMANN Thomas. 1999. *Sociální konstrukce reality. Pojednání o sociologii vědění*. Brno: Centrum pro studium demokracie a kultury.
- BERTRAND, Ina, HUGHES Peter. 2005. *Media research methods: audiences, institutions, texts*. New York: Palgrave Macmillan.
- EADIE, William F. 2009. *21st century communication: a reference handbook*. Los Angeles: Sage.
- FINKEL, Eli J., EASTWICK, Paul W., KARNEY, Benjamin R., REIS, Harry T., SPRECHER, Susan. 2012. Online Dating: a Critical Analysis Z the Perspective of Psychological Science. *Psychological Science in the Public Interest*. Vol. 13, No. 1, 3–66.
- GERGEN, Kenneth J. 1991. *The Saturated Self, Dilemmas of Identity in Contemporary Life*. New York: Basic Books.
- GIDDENS, Anthony. 2012. *Proměna intimacy: sexualita, láska a erotika v moderních společnostech*. 1.vyd. Praha: Portál.
- GOFFMAN, Erving. 1999. *Všichni hrajeme divadlo – sebe prezentace v každodenním životě*. Praha: Nakladatelství Studia Ypsilon.
- HENDL, Jan. 2005. *Kvalitativní výzkum: základní metody a aplikace*. Praha: Portál.
- HESS, Aaron, FLORES, Carlos. 2018. Simply more than swiping left: A critical analysis of toxic masculine performances on Tinder Nightmares. *New Media & Society*. Vol. 20. No. 3, 1085–1102.
- HOBBS, Mitchell, OWEN, Stephen, GERBER, Livia. 2017. Liquid love? Dating apps, sex, relationships and the digital transformation of intimacy. *Journal of Sociology*. Vol. 53, No. 2, 271-284.

- JANDOUREK, Jan. 2012. *Slovník sociologických pojmů: 610 hesel*. 1. vydání. Praha: Grada Publishing, a.s.
- JIRÁK, Jan, KÖPPLOVÁ Barbara. 2015. *Masová média*. 2., přepracované vydání. Praha: Portál.
- JIRÁK, Jan, ŘÍCHOVÁ Blanka. 2000. *Politická komunikace a média*. Praha: Karolinum.
- KATZ, Elihu, GUREVITCH, Michael, HAAS, Hadassah. 1974. On the Use of Mass Media for Important Things. *American Sociological Review*. Vol. 38, No. 2, 164 – 181.
- KOHOUT, Roman, KARCHŇÁK, Radek. 2016. *Bezpečnost v online prostředí*. Karlovy Vary: Biblio Karlovy Vary.
- MATOUŠEK, Oldřich a kol. 2003. *Metody a řízení sociální práce*. Praha: Portál.
- MCCRINDLE, Mark, WOLFINGER, Emily. 2009. *The ABC of XYZ: understanding the global generations*. Sydney: UNSW Press.
- MCQUAIL, Denis. 2009. *Úvod do teorie masové komunikace*. 4., rozš. a přeprac. vyd. Praha: Portál.
- MEAD, George Herbert. 1934. *Mind, self and society*. London: The University of Chicago Press, Ltd.
- MOŽNÝ, Ivo. 2002. *Sociologie rodiny*. Praha: Sociologické nakladatelství
- POSPÍŠILOVÁ, Marie. 2016. *Facebooková ne/závislost. Identita, interakce a uživatelská kariéra na Facebooku*. Praha: Karolinum.
- REID, Elizabeth. 1998. *The Self and the Internet: Variations on the Illusion of One Self*. In Gackenbach, J. (ed). *Psychology and the Internet: Intrapersonal, interpersonal, and transpersonal implications*. San Diego: Academic Press.
- RHEINGOLD, Howard. 2000. *The Virtual Community: Homesteading on the Electronic Frontier*. Revised edition. New York: MIT Press.
- ROBINSON, Laura. 2007. The cyberself: the self-ing project goes online, symbolic interaction in the digital age. *New Media & Society*. Vol. 9, No. 1, 93 – 110.
- STRAUSS, Anselm L., CORBIN Juliet. 1999. *Základy kvalitativního výzkumu: postupy a techniky metody zakotvené teorie*. Brno: Sdružení Podané ruce.

SULLIVAN, John L. 2013. *Media audiences: effects, users, institutions, and power*. Thousand Oaks, California: SAGE Publications.

ŠETINOVÁ, Markéta. 2018. Homogamie a internet: Pomáhají online seznamky rozumět výběrovému párování?. *Naše společnost*. Vol. 1, No. 1, 35-55.

ŠMAHEL, David. 2003. *Psychologie a internet – Děti dospělými, dospělí dětmi*. Praha: Triton.

ŠUBRT, Jiří a kol. 2008. *Soudobá sociologie II*. Praha: Karolinum.

TAVEL, Peter. 2009. *Vybrané kapitoly ze sociální psychologie*. 2. vyd. Olomouc: Univerzita Palackého v Olomouci.

TURKLE, Sherry. 1995. *Life on the screen: identity in the age of the internet*. New York: Simon & Schuster Paperbacks.

VYBÍRAL, Zbyněk, ŠMAHEL, David, DIVÍNOVÁ, Radana. 2004. *Growing up in virtual reality – adolescents and the Internet*. In MAREŠ, Petr (Ed.). *Society, reproduction, and contemporary challenges*. Brno: Barrister & Principal.

YEO, Tien Ee Dominic, FUNG, Tsz Hin. 2018. Mr Right Now: Temporality of relationship formation on gay mobile dating apps. *Mobile Media & Communication*. Vol. 6, No. 1, 3–18.

Web:

ASLAM, Salman. Instagram by the Numbers: Stats, Demographics & Fun Facts. *Omnicores* [online]. 2019 [cit. 2019-02-15]. Dostupné z: <<https://www.omnicoreagency.com/instagram-statistics/>>.

BADOO. O Badoo. *Badoo* [online]. 2019 [cit. 2019-02-08]. Dostupné z: <<https://badoo.com/team/press/>>.

BERKUP, Sezin Baysal. Working With Generations X And Y In Generation Z Period: Management Of Different Generations In Business Life. *Mediterranean Journal Of Social*

Sciences, Vol. 5, No. 19, 218. [online]. 2014. [cit. 2019-02-21]. Dostupné z: <<http://www.mcser.org/journal/index.php/mjss/article/view/4247/4153>>.

BOYD, Joshua. The History of Facebook: From BASIC to Global Giant. *Brandwatch* [online]. 2019 [cit. 2019-02-06]. Dostupné z: <<https://www.brandwatch.com/blog/history-of-facebook/>>.

BOYD, Danah M., ELLISON, Nicole B. Social Network Sites: Definition, History, and Scholarship. *Journal of Computer-Mediated Communication*, Vol. 13, No. 1 [online]. 2007. [cit. 2019-02-24]. Dostupné z: <<https://onlinelibrary.wiley.com/doi/10.1111/j.1083-6101.2007.00393.x>>.

CRAW, Victoria. The real story behind hugely successful dating app Tinder. *News.com.au* [online]. 2014 [cit. 2019-02-02]. Dostupné z: <<https://www.news.com.au/finance/business/the-real-story-behind-hugely-successful-dating-app-tinder/news-story/81c7d4587ea0d7f6f7aea7e20dcd4027>>.

ČERVENKA, Jan. Generation What? Závěrečná zpráva z výsledků ankety a reprezentativního šetření. *Česká televize* [online]. 2016 [cit. 2019-02-23]. Dostupné z: <<https://www.ceskatelevize.cz/program/porady/11467315381/download/zaverecnazprava.pdf>>.

ČESKÁ TELEVIZE. 90' ČT24 Svět podle generace Y. *Česká televize* [online]. 2016 [cit. 2019-02-24]. Dostupné z: <<https://www.ceskatelevize.cz/ivysilani/11412378947-90-ct24/216411058130425>>.

ČESKÁ TELEVIZE. Generation What Zpráva o mladé generaci: Generation What. *Česká televize* [online]. 2017 [cit. 2019-02-25]. Dostupné z: <<https://www.ceskatelevize.cz/ivysilani/11467315381-generation-what/>>.

DOČEKAL, Daniel. Facebook doporučuje přátele i dle geolokace. Jak je vlastně najde?. *Lupa.cz* [online]. 2016 [cit. 2019-02-08]. Dostupné z: <<https://www.lupa.cz/clanky/facebook-doporucuje-pratele-i-dle-geolokace-jak-je-vlastne-najde/>>.

FEEDIT. Nejnovější čísla pro Facebook a Instagram v ČR. *Feedit.cz* [online]. 2018 [cit. 2019-03-10]. Dostupné z: <<https://feedit.cz/2018/09/24/nejnovejsi-cisla-pro-facebook-a-instagram-v-cr/>>.

GENERATION WHAT?. *Generation What?* [online]. 2018 [cit. 2019-02-24]. Dostupné z: <<http://www.generation-what.cz/>>.

HAVLÍNKOVÁ, Tereza. Generation What? je vnitřně roztržena, ale názory a postoje často kopíruje od předchozích generací. *Radio Wave* [online]. 2016 [cit. 2019-02-20]. Dostupné z: <<https://wave.rozhlas.cz/generation-what-je-vnitrne-roztristena-ale-nazory-a-postoje-casto-kopiruje-od-5188836>>.

CHANDLER, Nick. Millennials, entrepreneurs and the Hungarian workplace of the future the preliminary findings of a pilot study. *Vezetéstudomány - Budapest Management Review*, Vol. 46, No. 11. str. 15-24. [online]. 2015. [cit. 2019-02-21]. Dostupné z: <http://unipub.lib.uni-corvinus.hu/2168/1/VT_2015n11p15.pdf>.

INSTAGRAM. Co je to Instagram?. *Facebook* [online]. 2019 [cit. 2019-02-14]. Dostupné z: <https://www.facebook.com/help/instagram/424737657584573?helpref=hc_fnav>.

INSTAZOOD. The History of Instagram. *Instazood.com* [online]. 2018 [cit. 2019-02-12]. Dostupné z: <<https://instazood.com/the-history-of-instagram/>>.

KOHOUT, Roman. KYBERSTALKING. *Internetem bezpečně* [online]. 2017 [cit. 2019-03-05]. Dostupné z: <<https://www.internetembezpecne.cz/internetem-bezpecne/rizika-online-komunikace/kyberstalking/>>.

MCGRATH, Felim. What to Know About Tinder in 5 Charts. *GlobalWebIndex* [online]. 2015 [cit. 2019-02-06]. Dostupné z: <<https://blog.globalwebindex.com/trends/what-to-know-about-tinder/>>.

MILLER, Sara. Swipe Left for Sadness: Tinder Users Report More Distress. *LiveScience* [online]. 2017 [cit. 2019-03-02]. Dostupné z: <<https://www.livescience.com/60038-tinder-users-have-more-distress.html>>.

NEZBEDA, Ondřej. Tekutá láska. O křehkosti lidských pout. *Respekt* [online]. 2013 [cit. 2019-03-02]. Dostupné z: <<https://www.respekt.cz/tydenik/2013/29/laska-v-tekutem-svete>>.

ORTEGA, Josué, HERGOVICH, Philipp. The Strength of Absent Ties: Social Integration via Online Dating. *Cornell University Library* [online]. 2017, s. 40 [cit. 2019-03-02]. Dostupné z: <<https://arxiv.org/pdf/1709.10478.pdf>>.

SLADEK, Sarah, GRABINGER, Alyx. Gen Z: The first generation of the 21st Century has arrived!. *ZYX University* [online]. 2018, s. 15 [cit. 2019-02-26]. Dostupné z: <https://www.xyzuniversity.com/wp-content/uploads/2018/08/GenZ_Final-dl1.pdf>.

STATISTA. Distribution of Instagram users worldwide as of January 2019, by gender. *Statista: The Statistics Portal* [online]. 2019 [cit. 2019-02-16]. Dostupné z: <<https://www.statista.com/statistics/802776/distribution-of-users-on-instagram-worldwide-gender/>>.

STATISTA. Distribution of Instagram users worldwide as of January 2018, by age group. *Statista: The Statistics Portal* [online]. 2018 [cit. 2019-02-16]. Dostupné z: <<https://www.statista.com/statistics/325587/instagram-global-age-group/>>.

TINDER. About Tinder. *Tinder* [online]. 2019 [cit. 2019-02-04]. Dostupné z: <<https://www.gotinder.com/press>>.

TINDER. Tinder Plus a Tinder Gold. *Tinder* [online]. 2018 [cit. 2019-02-04]. Dostupné z: <<https://www.help.tinder.com/hc/cs/articles/115004487406-Tinder-Plus-a-Tinder-Gold>>.

TOMEŠ, Michal. Je generace Y zhouba nebo spása?. *E15* [online]. 2016 [cit. 2019-02-26]. Dostupné z: <<https://www.e15.cz/the-student-times/je-generace-y-zhouba-nebo-spasa-1283800>>.

VAN DE WIELE, Chad, TONG, Stephanie Tom. Breaking boundaries: The uses & gratifications of Grindr. In: *Proceedings of the 2014 ACM international joint conference on pervasive and ubiquitous computing*. ACM [online]. 2014. s. 619-630 [cit. 2019-03-01]. Dostupné z: <https://www.researchgate.net/publication/264859510_Breaking_Boundaries_The_Uses_Gratifications_of_Grindr>.

VO, Duong. Consumers of Tomorrow: Insights and Observations About Generation Z. *Grail Research* [online]. 2010 [cit. 2019-03-04]. Dostupné z: <<https://www.slideshare.net/johnyvo/consumers-of-tomorrow-insights-and-observations-about-generation-z>>.

Teze diplomové práce

1. Předpokládaný název práce

Seznamování mladých lidí pomocí sociálních sítí

2. Předpokládaný název práce v anglickém jazyce

Social Networks and Relationships of Young People

3. Klíčová slova v anglickém jazyce

Consumer behaviour, Identity, Individualized society, Online dating, Relationships, Social networks, Youth

4. Námět práce zahrnující zásady pro vypracování a vstupní diskusi poznávacího problému

Diplomová práce se bude zabývat seznamováním mladých lidí na internetových sociálních sítích. V práci se zaměřím především na identitu uživatelů a charakteristiku sítí, společenské a individuální důvody zapříčiňující rozsáhlé využívání, vztah online a offline světa, roli sítí v životech jedinců a v neposlední řadě pozici této konkrétní formy seznamování ve společnosti. Práce je reakcí na vzniklé výzkumy mapující problematiku (viz např. Foley et al. [1998], Sautter et al. [2010]) a prudký vzestup využívání online komunikace právě za účelem seznamování. Tento fenomén je pravděpodobně zapříčiněn technologickým posunem, faktem, že využívání internetu je rychlé, pohodlné a zdánlivě anonymní a zejména skutečností, že se společnost stává značně individualizovanou [Bauman 2004].

Na základě těchto cílů vymezuji několik výzkumných otázek:

Jakým způsobem probíhá sebe prezentace při seznamování na sociálních sítích?

Jaké důvody vedou k rozvoji seznamování jedinců na sociálních sítích?

Jakou roli hraje udržování soukromí uživatelů při online seznamování?

S jakými technikami pro udržování soukromí uživatelé pracují?

Jakou roli v chování hraje anonymní internetové prostředí při seznamování jedinců?

Jakou roli hraje kontakt „tváří v tvář“ při seznamování přes internet?

5. Předpokládané metody zpracování a předběžná náplň práce

Diplomová práce bude uvedena teoretickým přehledem otvírajícím danou problematiku. Následně se budu věnovat již zkoumaným poznatkům a dílčím problémům popsaným výše. Výzkum v práci bude uskutečněn kvalitativní metodou, konkrétně analýzou realizovaných polostrukturovaných rozhovorů. Rozhovory budou prováděny s osmi až dvanácti komunikačními partnery – dle nasycení. Vzhledem k tomu, že je tématika cílena na mladou populaci, budou do výběru zařazeni pouze osoby ve věkovém rozmezí mezi dvaceti a třiceti lety v genderově vyváženém poměru. Primárně se zaměřím na uživatele, kteří sociální sítě využívají k nalezení partnerského vztahu a intenzita jejich aktivity na seznamovacích sociálních sítích je pravidelná. V návaznosti na fakt, že se jedná o citlivé téma, které vyžaduje důvěru mezi výzkumníkem a komunikačním partnerem, se budu v první řadě soustředit na své známé a následně budu hledat další účastníky výzkumu metodou sněhové koule. Stěžejním cílem textu bude navázat na již vzniklé výzkumy a přinést nové poznatky v dílčích aspektech problematiky.

6. Orientační seznam literatury

BAUMAN, Zygmunt. 2013. *Tekutá láska: o křehkosti lidských pout*. Praha: Academia.

BAUMAN, Zygmunt. 2004. *Individualizovaná společnost*. Praha: Mladá fronta.

BERGER, Peter Ludwig., LUCKMANN Thomas. 1999. *Sociální konstrukce reality. Pojednání o sociologii vědění*. Brno: Centrum pro studium demokracie a kultury.

BLUMER, Herbert. 1986. *Symbolic interactionism: perspective and method*. Berkeley: University of California Press.

DAVID, Gaby, CAMBRE Carolina. 2016. Screened Intimacies: Tinder and the Swipe Logic. *Social Media+ Society*. Vol. 2, No. 2: 1–11.

DIVÍNOVÁ, Radana. 2005. *Cybersex: forma internetové komunikace*. Praha: Triton.

- FOLEY, Lara, FRASER James. 1998. A Research Note on Post-Dating Relationships: The Social Embeddedness of Redefining Romantic Couplings. *Sociological Perspectives*. Vol. 41, No. 1: 209-19.
- GIBBS, L. Jennifer, ELLISON, B. Nicole, HEINO, D. Rebecca. 2006. Self-presentation in online personals: The role of anticipated future interaction, self-disclosure, and perceived success in Internet dating. *Communication Research*. Vol. 33, No. 2: 1-26.
- GIDDENS, Anthony. 1991. *Modernity and self-identity: self and society in the late modern age*. Cambridge: Polity Press.
- GOFFMAN, Erving. 1999. *Všichni hrajeme divadlo – sebe prezentace v každodenním životě*. Praha: Nakladatelství Studia Ypsilon.
- GOFFMAN, Erving. 1968. *Stigma: notes on the management of spoiled identity*. Harmondsworth: Penguin Books.
- HENDL, Jan. 2005. *Kvalitativní výzkum: základní metody a aplikace*. Praha: Portál.
- HITSCH, J. Gunter, HORTACSU, Ali, ARIELY, Dan. 2010. Matching and sorting in online dating. *American Economic Review*. Vol. 100, No: 1. 130–163.
- LÉVY, Pierre. 2000. *Kyberkultura: zpráva pro Radu Evropy v rámci projektu "Nové technologie: kulturní spolupráce a komunikace"*. Praha: Karolinum.
- MEAD, George Herbert. 1934. *Mind, self and society*. London: The University of Chicago Press, Ltd.
- SAUTTER, M. Jessica, TIPPETT M. Rebecca, MORGAN S. Philip. 2010. The Social Demography of Internet Dating in the United States. *Social Science Quarterly*. Vol. 91, No. 2: 554-575.